



おいしさを、未来へ。



# サステナビリティレポート 2025

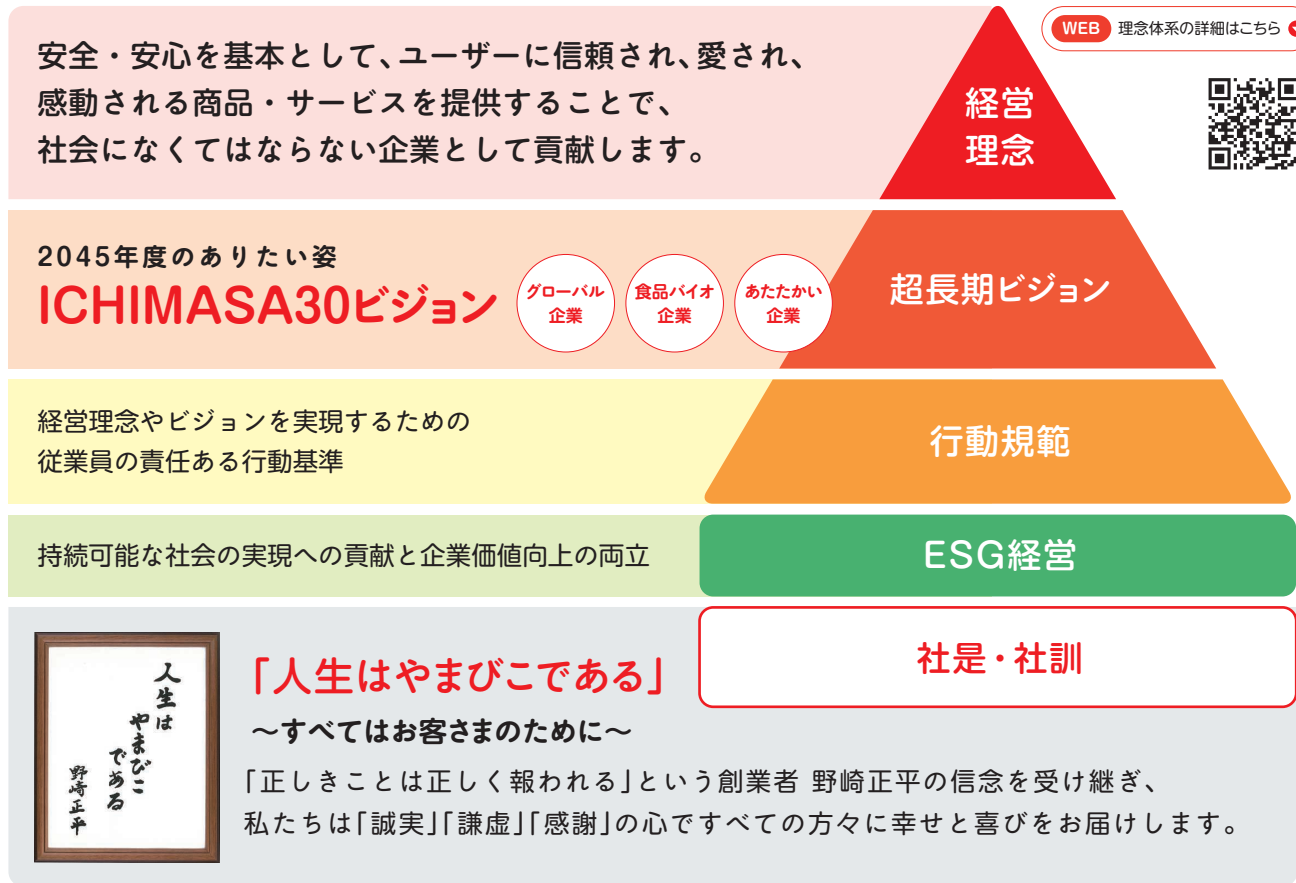
Sustainability Report



一正蒲鉾株式会社

証券コード：2904

## 理念体系



WEB 理念体系の詳細はこちら



## CONTENTS

### 一正蒲鉾とは

- 02 データで知る「いちまさ」の今
- 03 歴史で知る「いちまさ」の挑戦
- 05 ICHIMASA30ビジョン

### マネジメントメッセージ

- 07 トップメッセージ
- 09 CFOメッセージ

### 成長戦略

- 11 成長ストーリー
- 15 中期経営計画
- 17 事業戦略

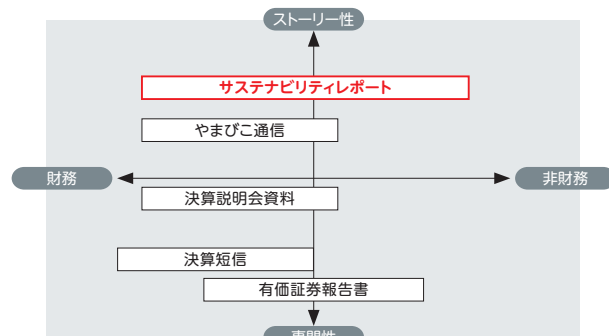
### サステナビリティ

- 21 ESG経営
- 23 環境への取組み
- 25 健康に配慮した商品／安全・安心への取組み
- 26 人的資本への対応
- 28 健康経営
- 29 コーポレート・ガバナンス
- 31 新任取締役からのメッセージ

### データ

- 32 財務ハイライト
- 33 非財務ハイライト
- 34 会社情報・株式情報

## ツールマップ



### 編集方針

本レポートでは、当社グループに関する企業情報やサステナビリティに関する考え方および取組みについて、その全体像をすべてのステークホルダーの皆さまに対しわかりやすくお伝えすることで、よりよいコミュニケーションを創出し、理解を深めていただくことを目指しています。

### 報告対象範囲

- 一正蒲鉾株式会社
- 株式会社イチマサ冷蔵
- PT. KML ICHIMASA FOODS

### 報告対象期間

2024年7月～2025年6月  
※一部、対象期間以前・以降の情報も含んでいます。

### 将来の見通しに関する注意事項

本レポートにおける業績予想などの将来に関する記述は、制作時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内包されています。したがって、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おください。

### 参考にしたガイドライン

- 国際標準化機構「ISO26000」（社会的責任に関する手引き）
- IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

## データで知る「いちまさ」の今

### いちまさのポジション



### マネジメントシステム認証取得状況

|            |               | 本社<br>(本部機能)          | 本社工場 | 本社<br>第二工場 | 聖籠<br>工場 | 東港<br>工場 | 山木戸<br>工場    | 北海道<br>事業部 | 関西<br>工場     | バイオ<br>事業部 | 支社・<br>支店・<br>営業所 |
|------------|---------------|-----------------------|------|------------|----------|----------|--------------|------------|--------------|------------|-------------------|
| 食品安全       | ISO 22000     | ○                     | ○    | ○          | ○        | ○        | ○            | ○          | ○            | ○          | ○                 |
|            | FSSC 22000    | ○                     | ○    | ○          | ○        | ○        | (取得<br>予定なし) | ○          | (取得<br>予定なし) | (対象外)      | (対象外)             |
| 環境         | ISO 14001     | ○                     | ○    | ○          | ○        | ○        | ○            | ○          | ○            | ○          | (取得<br>予定なし)      |
| 労働安全<br>衛生 | ISO 45001     | ○                     | ○    | ○          | ○        | ○        | ○            | ○          | ○            | ○          | (取得<br>予定なし)      |
| 事業継続       | ISO 22301     | 本社(本部機能)・本社第二工場で取得    |      |            |          |          |              |            |              |            |                   |
| 持続可能な農業    | GLOBAL G.A.P. | バイオ事業部で取得(他拠点は対象外)    |      |            |          |          |              |            |              |            |                   |
| お客さま<br>対応 | ISO 10002     | 適合を宣言(第三者機関による適合評価取得) |      |            |          |          |              |            |              |            |                   |

### 業績ハイライト



### ネットワーク



## 歴史で知る「いちまさ」の挑戦



おかげさまで、一正蒲鉾株式会社は  
創業60周年を迎えました

2025年1月22日、一正蒲鉾株式会社は創業60周年を迎えました。1965年、野崎正平が独立創業し、この記念すべき節目を迎えることができたのは、これまで様々な形で私たちを支えてくださった皆さまのおかげと深く感謝しています。創業以来、「人生はやまびこである」を信念に、周りの方々すべてを「お客さま」とし、「誠実」「謙虚」「感謝」の心で、期待や信頼にお応えすることを目指してきました。これからもこの社是のもと、役員・社員一同、100年企業に向けてたゆまぬ努力を続けていきます。



1965年1月

- 創業者 野崎正平が新潟市山木戸に新潟蒲鉾株式会社を設立し、蒲鉾の製造販売を開始

1967年9月

- 社名を冠した「一正の蒲鉾」を発売



1974年9月

- 初代カニかま「かに太郎」を発売



1979年6月

- 「オホーツク」を発売

1981年  
売上高  
100億円  
達成



1985年4月

- 「調理済みおでん」を発売



1996年9月

- 新潟県北蒲原郡笹神村(現・阿賀野市)にきのこの生産販売を目的として笹神栽培センターを新設



2001年9月

- 「ピュアふぶき」を発売



2002年3月

- 「カリッこいわし」を発売

### 1965～ 創業期

1965年 創業

1966年 「一正蒲鉾株式会社」に商号変更

1967年 かまぼこの原料に冷凍すり身を使用

1976年 北海道工場新設

1979年 関西工場新設

### 1979～ 成長期

1985年 本社・本社工場新築移転

1989年 日本証券業協会店頭登録

1990年 株式会社イチマサ冷蔵設立

本社敷地内に事業所内保育園「いちまさ  
保育園ちびっこランド」を開園

### 1996～ 変革期

2004年 ジャスダック上場

2007年 新潟県初の「くるみん」認定

2014年 東証市場第二部に市場変更

東証市場第一部に銘柄指定

2015年 創業50周年

「プラチナくるみん」認定

2015年 インドネシアに合併会社  
PT.KML ICHIMASA FOODSを設立





2006年10月

- 「チーズサンドはんぺん」を発売



2008年3月

- 「サラダスティック」を発売



2009年7月

- 「ふんわりはんぺん」が農林水産大臣賞を受賞

2012年

売上高  
300億円  
達成

2014年3月

- 「香ばし生ちくわ」が農林水産大臣賞を受賞



2016年6月

- うなぎの蒲焼風かまぼこ「うなる美味しさ うな次郎」を発売



2016年12月

- 国産原料のみを使用したおせち商品「国産原料100%使用 伊達巻 純」を発売



2021年11月

- 「ネクストシーフード うに風味」を発売



2022年3月

- 「ガブリッチ 魅惑のカニかま」を発売



2022年4月

- クリーム色のまいたけ「希なり」を発売

カニかま  
発売  
50周年

2024年6月

- 「国産甘鯛入り御蒲鉾 京禄」が農林水産大臣賞を受賞

2024年7月

- 「ネクストシーフード 明太子風味」を発売

2025年1月  
創業60周年

2010

2020

2025

## 2012～100年企業へ

2022年 栽培センターへ太陽光発電設備を導入



2023年 本社第二工場竣工



2023年 本社第二工場へ太陽光発電設備を導入

聖籠工場と山木戸工場の使用電力を  
100%再生可能エネルギーに転換

2023年 「えるぼし認定」の3つ星を取得

東京証券取引所 スタンダード市場へ移行

2024年 一般財団法人「一正やまびこ財団」を設立

2024年 北海道工場の使用電力を100%再生可能  
エネルギーに転換2025年 一般財団法人「一正やまびこ財団」を  
公益財団法人へ移行

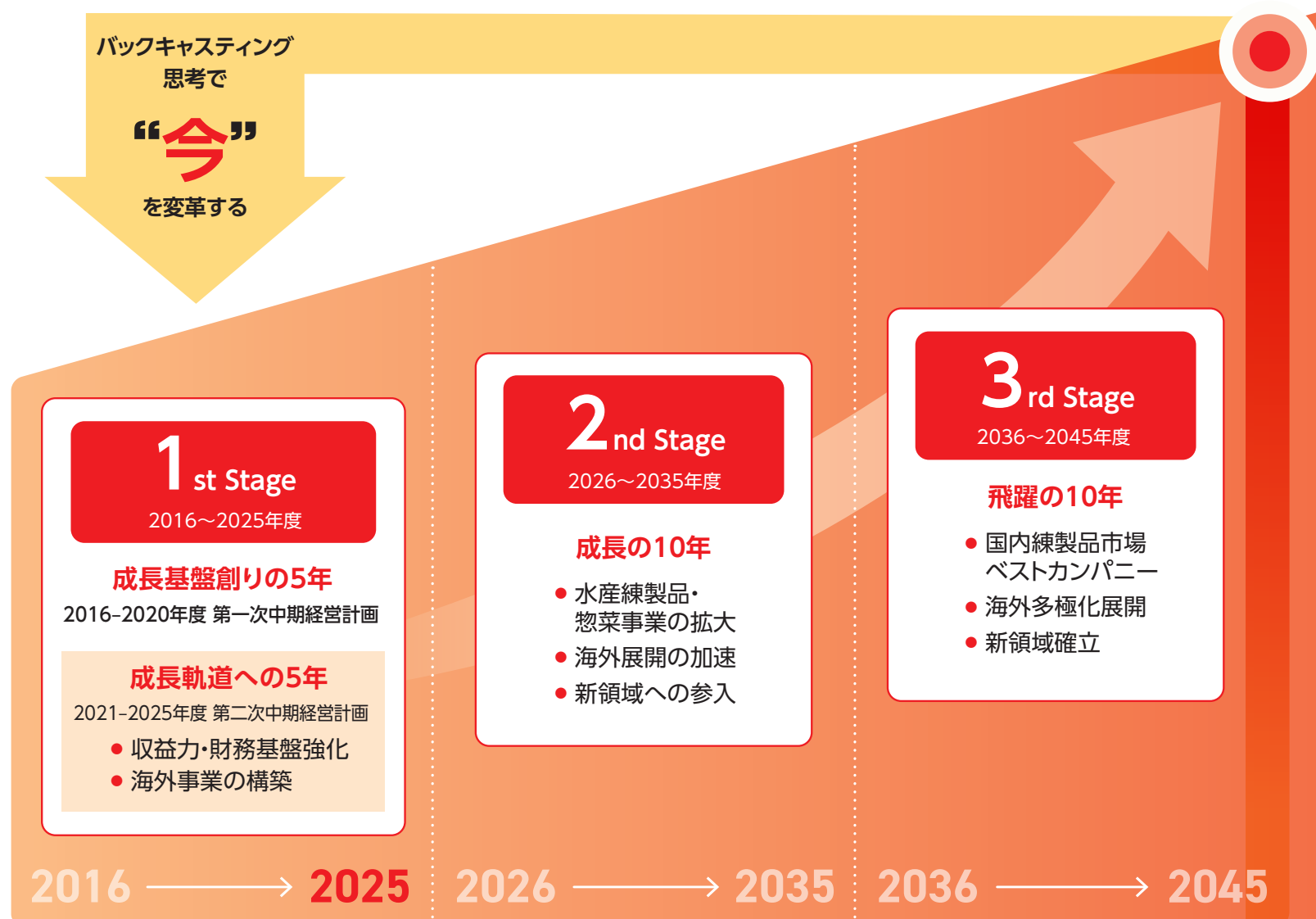
2025年 聖籠工場へ太陽光発電設備を導入

環境に関する取組みは  
こちらをご覧ください。 >>>

P23

# ICHIMASA30ビジョン：超長期計画ロードマップ

当社グループは、1965年の創業以来、新技術・新事業への展開を積極的に進めながら成長してきました。2015年の創業50周年を経て、2016年度の30年後にあたる2045年度のありたい姿を描いた「ICHIMASA30ビジョン」に基づき、長期の成長戦略に取り組んでいます。



2045年度のありたい姿



グローバル企業



食品バイオ企業



あたたかい企業

## 2045年度のありたい姿



“安全・安心”に“健康・環境”と  
“心の豊かさ”をプラスして

**世界中に日本の“食”で  
貢献するグローバル企業**

当社グループは、「おいしさは心の豊かさにつながる」ことを世界共通の価値観と考えています。“食”が持つこの普遍的な価値を日本から世界にお届けしたい。これが当社グループの目指すありたい姿です。

それぞれの国にあったおいしさを開発・提供することはもちろんですが、高いレベルで管理され、地球環境にもやさしい安全・安心なサプライチェーンから生み出される高い品質の商品をグローバルにお届けする体制を構築し、常に磨き上げながら、世界の皆さまの健康・栄養に貢献することを目指します。



常に技術を探求し、

**未来に向けてあらゆる  
“食”の情報を発信する  
食品バイオ企業**

2100年には世界人口が100億人に達することが予測されています。現在では、気候変動を中心とした地球環境の急激な変化の要因も加わり、世界の“食”を取り巻くリスクは複雑化・高度化しています。当社グループは、食資源の減少・枯渇リスクを最も深刻な課題のひとつと捉えており、この課題を“食”由来のバイオの力で解決する技術を保有する企業になることを目指しています。

大きく変化していく将来の食シーンをバックカスティング思考で発想しながら、海洋資源の代替技術の開発、培養魚肉の研究、まいたけ由来のビタミンD機能・タンパク質利活用技術の開発を進めています。



あらゆるステークホルダーの皆さまに

**“食”を中心に“幸せ”と  
“喜び”をお届けする  
あたたかい企業**

当社グループは、品質の高い製品を提供するだけでなく、お客さまに対して親しみやすく心温まるサービスを提供すること、また健康や環境に配慮した取組みを行うことを目指しています。従業員に対して働きがいや成長の機会を提供し、従業員が生き生きと働ける職場をつくること、また、食に関連するビジネスを通じて、当社グループに関わるすべてのステークホルダーの皆さまに対して、幸せと喜びをお届けすることで持続可能な社会への貢献を果たしていきます。

## トップメッセージ

## 100年企業に向けた新たなステージへ

第二次中期経営計画の進捗と  
目標値見直しについて

当社グループは、「成長基盤創りの5年」「成長軌道への5年」をテーマに、「ICHIMASA30ビジョン」の1stステージとして第一次・第二次中期経営計画を進めてきました。2025年6月期は、連結売上高346億円、営業利益9億円となり、原材料をはじめとした様々な製造コストの高騰や人件費・物流費などの上昇が続き、辛うじてコスト吸収はできたものの、第二次中期経営計画の当初目標値からは大きく乖離しています。水産練製品・惣菜事業は稼ぐ力の構築に向け、価格改定と付加価値提供の二軸戦略を実行し、着実に成果が表れていますが、きのこ事業は上昇する生産コストに対して十分な付加価値を創出できず、2期連続の営業損失となり、収益性の強化が課題となっています。

これらの状況に鑑み、第二次中期経営計画の当初目標の達成は困難と判断し、目標値を下方修正しました。株主・投資家の皆さまにはご心配をおかけしましたことを、深くお詫び申し上げます。環境の急激な変化や原材料価格の高騰など、取り巻く事業環境が厳しさを増すなか、不確実性のなかでも複数のリスクシナリオを想定し、柔軟かつ迅速に対応するためのリスクマネジメントの重要性を改めて認識した4年間でした。変化をいち早く捉える情報収集力、様々なリスクを加味しながら意思決定する判断力、そして

やり切る実行力が不足していたと反省しています。これを真摯に受け止め、経営体制の見直しと事業構造の強化に全力で取り組んでいきます。

## ●数値目標

|               | 2026年6月期<br>当初数値目標 | 2026年6月期<br>修正数値目標 |
|---------------|--------------------|--------------------|
| 売上高           | 400億円              | 362億円              |
| 営業利益          | 26億円               | 11億円               |
| 自己資本利益率(ROE)  | 10%                | 5%                 |
| 投下資本利益率(ROIC) | 9%                 | 4%                 |
| 自己資本比率        | 60%台               | 50%台               |

## 新たな経営体制で目指す自律型組織

これらの反省から、2025年7月より経営体制を刷新し、経営陣の若返りを図るとともに、従来の本部制から事業統括本部制に組織改編しました。これまでの組織は営業や生産等の機能別に区分されており、指示命令系統が分かりやすく組織運営の効率化・迅速化は強化できたものの、縦割り組織であるがために、部門間の連携不足や情報共有の遅れが課題となっていました。今後は、事業視点で目的を共有化し、部門横断的なプロジェクトの推進や、現場の自律性を高

一正蒲鉾株式会社  
代表取締役 社長執行役員

野崎 正博

める仕組みを通じて、社員一人ひとりの個性を活かし、部門間の壁を越えたイノベーションを促進することで、環境変化に柔軟且つ迅速に対応できる「自律型組織」への変革を進めていきます。

## 経営戦略とサステナビリティの融合による企業価値向上

当社グループは、「**おいしさを、未来へ。**」のスローガンのもと、食を通じたサステナビリティ課題への取組みを経営の最重要課題と位置づけています。特に、気候変動対策は事業の持続可能性に直結する課題であり、脱炭素社会の実現に向けて、全社一丸となって取り組む必要があると認識しています。一方で、これまでは足元の業績動向に左右され、短期的な利益を優先したため、サステナビリティ課題への投資が十分に進まない場面もありました。しかし、昨今の異常気象の影響による原材料調達リスクやサプライチェーンの混乱など、事業に与える影響が年々増しており、気候変動の深刻さをこれまで以上に実感し、環境課題への対応は先送りできない喫緊の課題であると強く認識しています。こうした課題を乗り越え、より長期的かつ持続的な視点で企業価値を高めるため、経営企画部とESG推進部を統合し経営戦略とサステナビリティ戦略の一体化を図りました。

また、デジタル化の進展に伴い、サイバー攻撃などのセキュリティリスクが急速に高まっており、これらの脅威は、企業単独の問題にとどまらず、食のサプライチェーン全体に大きな影響を及ぼします。当社はグループ全体で情報セキュリティ体制を強化し、社員一人ひとりが高い意識を持つことで、さらなる食の安全・安心と社会の持続可能性の確保

に努めていきます。今後も経営戦略とサステナビリティ戦略を一体化し、経営資源の最適配分と価値創出を加速させていきます。

## 60周年の感謝と100年企業への挑戦

第二次中期経営計画も残り1年となり、当社グループでは、ICHIMASA30ビジョンの達成に向け、2ndステージ「成長の10年」を見据えた議論が活発になっています。今回、新たな取組みとして、次世代を担う若いメンバーが中心となり、第三次中期経営計画の策定を進めています。彼らの柔軟な発想や多様な価値観は、変化の激しい時代において、持続的な発展を支える新たな成長エンジンになると確信しています。これからの時代を担う次世代のリーダー候補たちが、主体的に未来を考え、互いに切磋琢磨しながら議論する姿勢は、当社グループのさらなる進化と価値創造につながるものと大いに期待しています。わたしたち経営陣は、彼らの挑戦を支え、実現に向けた環境を整え、次の世代へつなぐ責任があります。世代を超えて、知恵と情熱を集集し進化し続けることで、ICHIMASA30ビジョンの達成を目指します。

一正蒲鉾株式会社は、2025年1月22日に創業60周年を迎えました。これまで様々な形でご支援いただいたステークホルダーの皆さまに心より感謝申しあげるとともに、100年企業に向けて、「すべてはお客さまのために」の社訓のもと、これからも、持続可能な社会の実現と企業価値の向上を両立させ、企業価値の最大化に向けて、役員・社員が一丸となって挑戦し続けていきます。

## 第61期トピックス

2024年  
9月

北陸農林水産企業環境対策協議会の創立50周年記念式典にて北陸農政局長感謝状を受賞



2024年  
12月

持分法適用関連会社であるPT. KML ICHIMASA FOODS(所在地:インドネシア)を連結子会社化

詳しくはこちら **P19**

2025年  
2月

「コージェネ大賞2024」において「産業用部門 特別賞」を受賞



2025年  
3月

健康経営優良法人2025(大規模法人部門)に認定

詳しくはこちら **P28**

2025年  
6月

大阪・関西万博に「ネクストシーフード」を出展

詳しくはこちら **P19**

2025年  
7月

組織機構の改定

詳しくはこちら **P17**

## CFOメッセージ



取締役 常務執行役員  
コーポレート事業統括本部長

高島 正樹

第三次中期経営計画での  
企業価値向上のためには、  
組織と社員一人ひとりの  
収益マインドの向上と  
実践がキーとなる

## ① 第二次中期経営計画

(2021年7月～2026年6月)の達成状況

## 2025年6月期通期業績

2025年6月期通期業績は、増収・減益の厳しい結果となりました。

水産練製品・惣菜事業は、本社第二工場が通期に渡ってフル稼働することで売上・収益増加に貢献し、また、集中合理化投資により各工場の省人化が進んだことで、生産性向上や労務費削減が収益改善に寄与しました。一方で、世界的な需要増加や、天候不順、継続する地政学リスクなどにより、原材料・副材料費、エネルギーコストの高騰が続ぎ、当社においてもベースアップの実施により労務費も増加しました。このような状況から、2025年3月に価格改定を実施しましたが、期中における効果は限定的であり減益となりました。きのこ事業は、需要期に販売数量が伸び悩んだことや原材料・エネルギーコスト価格が引き続き上昇している影響を主因に減収となり、2年連続の営業赤字となりました。また、このような状況から、資本効率性の指標であるROE(自己資本利益率)やROIC(投下資本利益率)は対前年比悪化しました。

## 2026年6月期通期業績予想と第二次中期経営計画の最終年度の目標値修正

2026年6月期通期業績に関しては、引き続き原材料費や労務費・エネルギーコストの上昇が見込まれ、取り巻く経営環境には厳しい状況が予想されますが、主力商品の拡販・価格改定効果や合理化投資による省人化効果や生産性向上を見込み、業績および資本効率の改善は可能であると考えています。

2026年6月期は第二次中期経営計画最終年度になりますが、こうした厳しい経営環境を踏まえ、売上高・営業利益の当初目標の達成には非常にハードルが高いと判断し、目標値を修正することとしました。売上高に関しては、2026年6月期の目標を400億円から362億円の、営業利益を26億円から11億円の修正しました。

今後の収益状況は、引き続き予断を許さないものがありますが、主力商品のサラダスティックの売上拡大、市場ニーズに合った高付加価値商品の開発と売上構成比の拡大、生産工程の省人化、工場稼働率の向上および販売管理費のコントロールなどを通じ、さらなる企業価値の向上を目指していきます。

## ● 2026年6月期通期業績予想および第二次中期経営計画数値目標

| 項目     | 2025年<br>6月期実績 | 2026年<br>6月期予想 | 2026年<br>6月期当初目標 |
|--------|----------------|----------------|------------------|
| 売上高    | 346億円          | 362億円          | 400億円            |
| 営業利益   | 9億円            | 11億円           | 26億円             |
| ROE    | 5.1%           | 5%             | 10%              |
| ROIC   | 2.6%           | 4%             | 9%               |
| 自己資本比率 | 48.8%          | 50%台           | 60%台             |

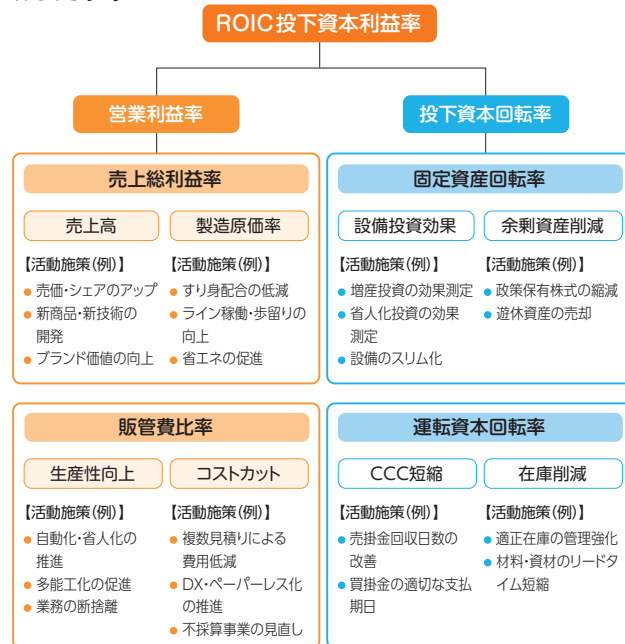
## ② 収益向上に向けて

## 資本コストと資本収益性

資本コストを上回る資本収益性(ROE・ROIC)を達成し続けることは企業が持続的な成長を果たすために必要であり、売上と収益の最大化をはじめとして、事業自体の稼ぐ力を評価するROIC経営を社員一人ひとりが理解し、日頃の業務のなかで実践することが必要と考えています。

ROICと資本コストを比較し、ROICツリーのもと、成果を測定するためのKPIを設定し、様々な施策の効果・有効性をPDCAサイクルで検証し、ROICの改善を目指しています。KPIには、営業利益率や投下資本回転率などの財務指標を主としたものと、現場の活動施策に基づく指標とを組み合わせ、現場レベルの業務をROICに結びつける活動としています。このようにして、経営トップから社員一人ひとりまでの浸透・実践・定着をさせる活動により、企業価値向上に向けたROIC経営を推進し、持続的に成長できる企業を目指していきます。

## ROICツリー



## ③ キャッシュ・フロー総額と資金配分

(2024年6月期～2026年6月期の3年間)

### キャッシュ・フロー総額の修正

3年間の営業キャッシュ・フローは、第二次中期経営計画の最終目標値を修正したことから、当初計画90億円の営業キャッシュ・フロー創出を80億円と下方修正し、政策保有株式の売却5億円と合わせ、第二次中期経営計画最終年度である2026年6月期も機動的な資金調達を行いながら、持続的成長に向けた事業運営を行います。政策保有株式の縮減については、第二次中期経営計画がスタートした2022年6月期の銘柄数23を70%程度に、帳簿価額を50%程度にする縮減計画のもと、2025年6月期で銘柄数17、帳簿価額を43%程度まで縮減しました。引き続き保有目的と資本コストに見合っているかを検証しながら適宜売却を進めていきます。

2024年6月期から運転資本の圧縮に向けたひとつの重要評価指標としてCCC(現金循環化日数)を活用する仕組みを開始しており、追加的なキャッシュ・フローの創出を図っています。

### 資金配分

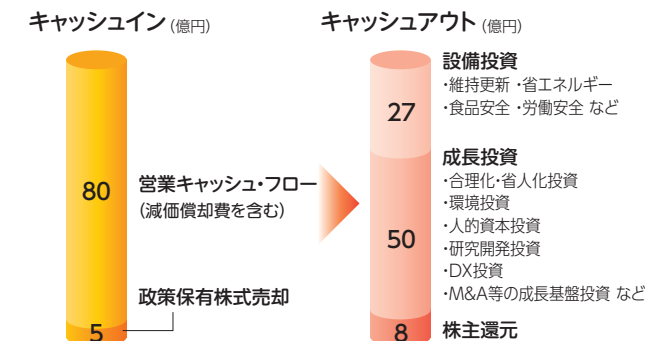
2024年6月期～2026年6月期の3年間の資金配分は、既存事業の設備投資に27億円、成長投資に50億円、株主還元8億円となる予定です。特に、成長投資に関しては、生産工程の合理化・省人化に集中的に配分し、収益体質の改善を図るとともに、新たな成長領域への投資も適宜判断していきます。また、人的資本投資やDX投資も成長投資と位置づけ、重点的に配分していきます。

当社の株主還元は、業績や将来の事業展開などを総合

的に勘案しながら安定的な配当を継続するとしていますが、第二次中期経営計画において、配当性向20%以上、DOE(株主資本配当率)1.5%以上を目途にさらなる充実を図ります。

### キャッシュ・フロー配分の考え方

(2024年6月期～2026年6月期の3年間)



## ④ 健全な財務に向けて

財務の健全性の代表的な指標のひとつであるD/Eレシオ(負債資本比率)は、2022年6月期の0.3倍から、本社第二工場の大型設備投資により2025年6月期は0.67倍となりましたが、原則として1倍を上回らないように管理していきます。

2つ目の自己資本比率は、2022年6月期の54.8%から、本社第二工場の新設の影響もあり2025年6月期には48.8%となりましたが、2026年6月期は、50%台を維持することを目指します。また、コミットメントライン40億円を設定しており、様々な環境変化に対応する機動的な資金調達手段も確保し、ROEとのバランスを考慮していきます。

## 成長ストーリー

# いちまさグループが目指すもの おいしさを、未来へ。

私たちは安全・安心を第一に考え、食の喜びと感動を世界に向けてお届けしてきました。  
“いちまさのおいしさ”には、味覚や食文化への探究心だけでなく、健康を願い実現する  
高い技術力や、持続可能性を見据えた次世代への熱い想いが込められています。  
日々誠実に革新的に、おいしさを、食の未来を創り続けています。

## 認識するリスク

- ① 国内の人口減少による食料需要の減少
- ② 温暖化による秋冬商品の需要減少
- ③ 水産・森林資源の減少・枯渇
- ④ 気候変動による原材料の調達リスク
- ⑤ 人財不足・獲得競争によるコスト上昇
- ⑥ 品質保証・環境規制によるコスト上昇

## いちまさの事業機会

- ① 健康志向の高まりによるタンパク質の需要増加
- ② 消費者ニーズに対応した新たな価値の提供
- ③ 持続可能な代替原料の研究開発
- ④ サプライチェーンの多様化・グローバル化
- ⑤ スマート化推進と働きがいのある企業への成長
- ⑥ 安全・安心・環境に貢献する企業としてのブランド価値向上

「おいしさを、未来へ。」の実現に向けてどのように進むのか？

## 成長軌道への5年

2021-2025年度 第二次中期経営計画の確実な実現

## 重要戦略

新しい価値の創造  
(新たな成長・飛躍)

## 「変革と創造」



「デジタルトランスフォーメーション」(DX)

「アライアンス」

戦略実行の基盤

## 事業領域と目指す姿

## 水産練製品・惣菜事業

- 主力商品「サラダスティック」の圧倒的な競争優位性の確立
- 魚肉たんぱく質の健康機能を追求した技術研究・商品開発の推進
- 環境に配慮した持続可能な新たな食の価値提供

## きのこ事業

- AI・IoTの活用により管理・最適化されたスマートファクトリー化
- おいしさや栄養機能を追求したまいたけブランドの付加価値向上
- 環境に配慮した循環型ビジネスの構築

どのように実現するのか？ (いちまさの強み) >>P13

### 安定した供給力とブランド力



### 消費者ニーズの探究と サステナビリティへの研究開発



### 安全・安心な品質と 持続可能な生産体制



### 自律型思考の人財育成と 働きがいのある企業風土



### 持続可能な調達体制と 共創へのアライアンス



### おいしさを未来へつなぐ サステナビリティ経営



経営基盤(ESG経営)

経営理念／社是・社訓

2045年度のありたい姿  
**ICHIMASA30**  
ビジョン



グローバル企業



食品バイオ企業



あたたかい企業

「おいしさを、未来へ。」の実現

## 成長ストーリー

どのように実現するのか？(いちまさの強み)

## ① 安定した供給力とブランド力



- カニ風味かまぼこ「サラダスティック」の高い市場シェア率
- サラダスティック専用工場によるコスト優位性と商品供給力
- 魚由来の良質なタンパク質を手軽に摂取できるパーティタイプのカニ風味かまぼこの発売

詳しくはこちら P18

詳しくはこちら P25

## ② 消費者ニーズの探究とサステナビリティへの研究開発



- 顧客視点のマーケティング戦略を基軸とした新たな価値創造
- 健康機能の付加価値を追求した商品開発
- フードロス削減に向けた賞味期限延長の取組み
- 持続可能な食の提供と社会課題解決を目指したフードテック研究の推進

## ③ 安全・安心な品質と持続可能な生産体制



- 生産管理システムやAI技術を活用した品質向上と効率化推進
- デジタル化による製造工程の効率化・標準化
- 合理化・省人化ラインへの積極的な設備投資による持続可能な生産体制の構築

## ④ 自律型思考の人財育成と働きがいのある企業風土



- いちまさワークスタイル(IWS)の定着による、人と組織が共に成長する働きがいのある企業風土
- 社員の自発的な成長とキャリアプランの実現に向けた人財育成プラン
- ライフ・ワーク・バランスの推進による働きやすい職場環境の整備

## ⑤ 持続可能な調達体制と共創へのアライアンス



- サプライヤーとの協働による原材料の安定調達体制の構築
- 一正やまびこ会を通じた定期勉強会や会員向け情報の配信
- 脱炭素化社会の実現に向けたサプライヤーの環境対策支援

## ⑥ おいしさを未来へつなぐサステナビリティ経営



- TCFD提言への賛同表明
- 太陽光発電の導入と再生可能エネルギーへの転換
- 循環型包装資材や省資源化の積極的な導入
- サプライヤー協働によるCO<sub>2</sub>排出量(Scope3)の削減

## 社会課題の解決で広がる新たなビジネスチャンス

## 「おいしさを、未来へ。」の実現のために、いちまさができること

## リスク

- 世界人口増加による食料需要の増加とそれに伴うタンパク質の供給ひっ迫
- 水産資源の減少、枯渇
- 畜産動物の環境負荷への懸念
- 食料価格の上昇

## 機会

- 増加する食料需要への対応
- 魚由来の良質なタンパク質の持続的な供給
- 地球環境への負荷低減

フードテック  
ビジネス

持続可能な食料供給の実現を目指し、

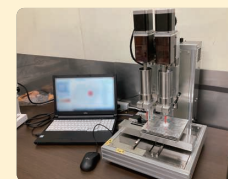
- ◆ 未利用資源の活用
- ◆ 環境負荷低減を実現した  
新たな価値提供の研究開発
- ◆ 新たなタンパク質の供給源  
として細胞性食品の研究開発

## いちまさが目指すフードテック

近年、世界的な人口増加などによる食料需要の増加や、SDGsへの関心の高まりを背景に消費者が求める食への価値観が大きく変化しており、「食」×「テクノロジー」である「フードテック」が注目を集めています。フードテックは生産から加工、流通、調理方法など様々な分野で先進テクノロジーを利用することで食の可能性を拡大し、社会課題の解決の一助となりうると期待されており、世界中でその取組みが広がっています。当社グループは「ICHIMASA30ビジョン」の実現に向けて、主に4つの分野でフードテックの研究に取り組んでいます。

## ① 未来の食事

- フードロスなど社会課題解決に向けた新規加工方法の研究開発
- 食卓のカスタマイゼーション、自動化の研究開発
- 3Dフードプリンター
- 調理ロボット
- 未来の栄養食

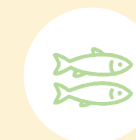


3Dフードプリンター

## ② 次世代資源の活用

廃棄されてしまう未利用資源や次世代タンパク源の活用方法の研究開発

- 低未利用魚
- 養殖魚
- 大豆、乳、卵



## ③ 新規原料生産方法

かまぼこの原料となる魚肉たんぱく質の新しい生産方法の研究開発

- 細胞性食品
- 精密発酵



## ④ ネクストシーフード

「SDGs」「エシカル」をキーワードにした人と環境にやさしい商品の研究開発

- うなぎの蒲焼風
- イカ風かまぼこ
- うに風味・明太子風味



ネクストシーフード 明太子風味

詳しくはこちら **P19**

## 中期経営計画

### 「成長軌道への5年」重要戦略

#### 変革と創造

「変革」と「創造」を基軸に長期的視点で「考動」し、経営環境の変化を克服していこうとするものです。「IWS(いちまさワークスタイル)」の推進により、社員一人ひとりの成長と能力発揮を支える人財投資を積極的に行い、働きがいのある環境を整備し、個と組織の力を高めることで、持続的な企業成長を実現します。

#### ＼ 成果 /

自律型組織を目指し、事業統括本部制を導入しました。また、IWSの浸透と定着のためIWS推進委員会を新設しました。

#### 課題

社員一人ひとりが安心して働ける環境を整えるとともに、仕事に対する誇りや成長実感(EH<sup>※</sup>)を持てる職場づくりを推進します。

※従業員幸福度

#### 選択と集中

水産練製品・惣菜事業では、マーケットニーズを捉えた「選択」と「集中」を徹底し、魚肉たんぱく製品の強みを活かした販売戦略により国内で圧倒的な基盤を構築していきます。戦略と戦術を明確にし、経営資源を集中的に投入し、量産体制や販売商品の選別による効率化を進め、労働生産性を向上させるとともに、重点市場・商品への集中で競争優位性を確立します。

#### ＼ 成果 /

主力商品の拡販に向けた設備投資や、収益力強化のための事業の取捨選択を実行しました。

#### 課題

日本の人口減少や混沌とする国際情勢に対応するため、中長期的な視点での戦略と戦術をより一層明確化し、柔軟かつスピーディーにPDCAサイクルを回すマネジメント体制を強化していきます。

#### DX

全社でDXを推進し、データとデジタル技術を活用してニューノーマルに対応するものです。顧客志向の商品開発、データに基づいた商談を通じ売上拡大を図るとともに、スピーディーかつアジャイルにDXを推進することにより、働き方改革を進め顧客価値創造と生産性向上で競争優位性と事業収益最大化を目指します。

#### ＼ 成果 /

ノーコードツールの活用促進、オフィス部門に生成AIサービスを導入し、生産性向上と知的創造の時間を拡充しています。

#### 課題

データドリブン経営を目指し各種データをつなげ、一気通貫でタイムリーに分析できる統合データベースの構築を検討していきます。

#### 新規事業

第二次中期経営計画中に新規事業の探索と事業化に着手し、第三次中期経営計画では、第3の事業を加えた3本柱で成長加速を目指します。水産練製品・惣菜事業は成熟期に移行しており、事業環境の変化に対応しつつ、ゴーイングコンサーンとして事業変革と持続的成長を追求しています。

#### ＼ 成果 /

新規事業開発室の活動により、2024年12月にインドネシア法人を連結子会社化しました。他にも様々な切り口で検討中です。

#### 課題

新たな柱となる事業創出のみならず、業界やアライアンス企業の動向にも注目した事業開発検討を行っていきます。

#### アライアンス

取引先と強固で高品質なアライアンス体制を築き、環境・ガバナンス・社会の変化に共に対応するものです。品質管理のサポートだけでなく、当社のサステナビリティ経営の取り組み方針を共有するなど、「一正やまびこ会」を通じたアライアンス企業との持続可能な関係構築を目指します。

#### ＼ 成果 /

定期的な勉強会や情報発信により、変化する社会情勢をスピーディーに共有しています。

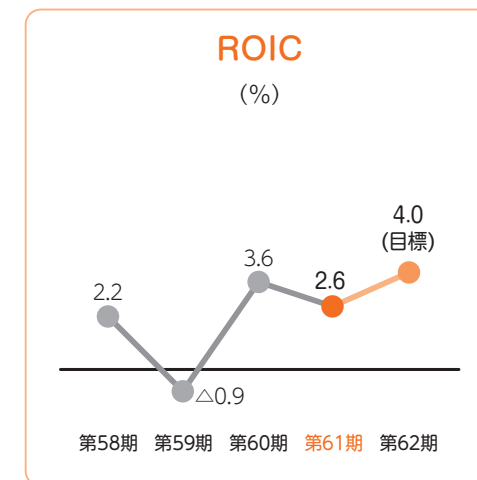
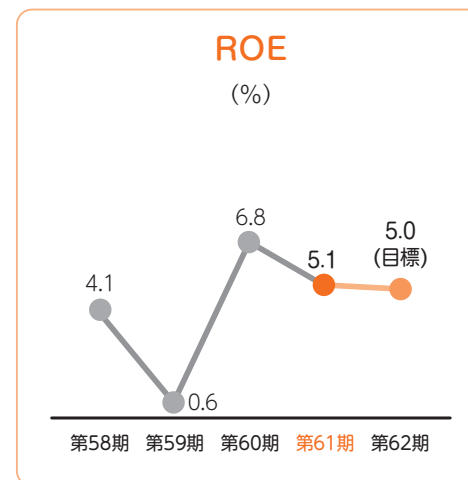
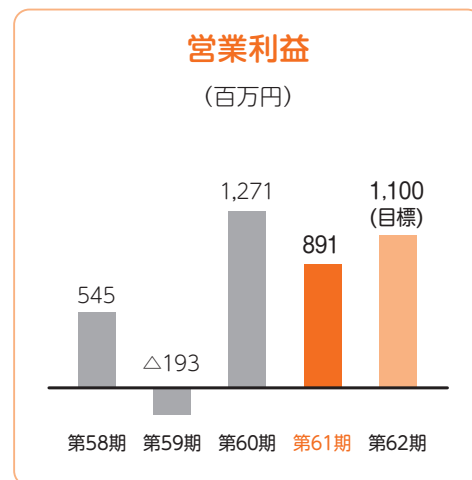
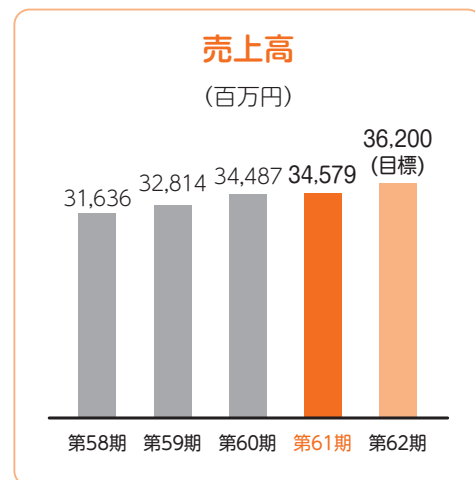
#### 課題

サプライチェーン・サポート課を新設し、サプライチェーン全体の環境対策や品質管理をサポートしていきます。

## ESG マテリアリティ

| 重要課題                  | 重点テーマ                                                                                                                    | 中計における注力事項                                                                                                                                                                                                                       | 貢献するSDGs項目                                                                          |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ES 向上<br>人財育成         | <ul style="list-style-type: none"> <li>働きやすい・働きがいのある職場環境</li> <li>女性・中途採用・障がい者などの多様な人財の活躍</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>「IWS」＜自己開発と知的創造時間の創出＞の推進</li> <li>ライフ・ワーク・バランス推奨のための環境整備</li> <li>女性管理職比率(2020年度6.5%→2025年度20%)</li> <li>中途採用者比率(2020年度47%→2025年度50%)</li> <li>障がい者雇用比率(2020年度2.5%→2025年度2.7%)</li> </ul> |  |
| 食の安全・安心<br>新たな食の価値の提供 | <ul style="list-style-type: none"> <li>強固な食品安全マネジメントシステムの確立</li> <li>健康寿命の伸長</li> <li>食の貢献領域の拡大</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際規格の認証取得工場を拡大</li> <li>高タンパク商品フィッシュプロテインの訴求</li> <li>健康機能領域のさらなる拡大(減塩・減糖・減脂)</li> </ul>                                                                                                  |  |
| 地球温暖化抑制への対応           | <ul style="list-style-type: none"> <li>CO<sub>2</sub>排出量の削減</li> <li>生産活動における使用エネルギーの削減</li> <li>再生可能エネルギーの活用</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>CO<sub>2</sub>排出量(毎年1%削減)</li> <li>エネルギー消費原単位(毎年1%削減)</li> </ul>                                                                                                                          |  |
| 資源の有効活用               | <ul style="list-style-type: none"> <li>賞味期限延長</li> <li>産業廃棄物の再利用</li> <li>廃プラスチック排出量削減</li> <li>サステナブルな食品開発</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品ロス削減に向けた賞味期限延長</li> <li>食品リサイクル率(2025年度までに80%以上)</li> <li>廃プラスチック排出量(毎年2%削減)</li> <li>枯渇する水産資源保全を目的としたオルタナティブ(代替)食品の開発</li> </ul>                                                       |  |
| 社内外との協働               | <ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーンマネジメントの強化</li> <li>産学連携の技術研究強化</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>一正やまびこ会との協働</li> <li>技術研究部、バイオ研究室による研究領域の拡大</li> </ul>                                                                                                                                    |  |

## 数値目標の推移



## 事業戦略 組織機構の改定

### 事業統括本部制の導入

お客さま目線での開発から販売までを一気通貫することによるスピード化や新たな価値創造を目指し、従来の本部制から、「食品事業統括本部」「バイオ事業統括本部」「コーポレート事業統括本部」の3事業統括本部制を導入しました。

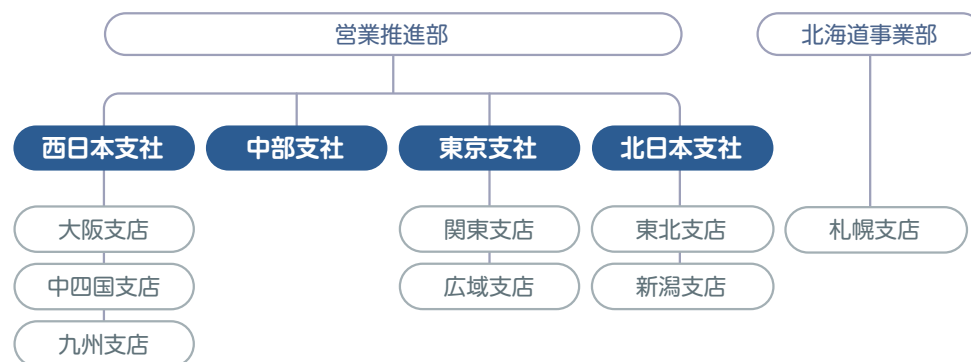
#### ●体制図



### 支社制の導入

市場環境・流通環境が変化するなか、広域化(全国、地方広域)する成長企業への対応強化と効率的な営業活動を展開するため、従来の支店を統合した支社を設置しました。

#### ●支社一覧



### 「食品事業統括本部」発足にあたって — 機能統合による新たな挑戦 —

取締役 常務執行役員  
食品事業統括本部長兼マーケティング戦略部長

**和田 祐樹**

食品事業統括本部は、2025年7月よりマーケティング開発本部・生産本部・営業本部を統合し発足しました。この再編の目的は、企画から製造、販売に至るまでの全プロセスを一体化し、変化の激しい市場環境に対して、より迅速かつ柔軟に価値を届ける体制を構築することにあります。

私はこれまで営業・経営企画・マーケティングと様々な立場から、現場と経営の両面に関わってきました。そのなかで常に感じてきたことは、組織の壁を越えて「実行につながる意思決定」をつくることの難しさ、そしてそれを成し遂げたときの力強さです。

食品事業統括本部では、部門間の垣根を取り払い、お客さま視点で課題と価値を定義し、現場の知見と経営の視点を結びつけながら、商品・サービスを磨き続ける仕組みをつくっていきます。今回の統合は単なる組織変更ではなく、「機能統合による構造改革」として位置づけており、当社の競争力そのものを高めていく取組みです。

具体的には、消費者さまのニーズに即した商品開発のスピード向上、生産現場の柔軟な運用設計、お取引先さまとの共創による販売提案の高度化など、各領域での価値創出を一貫したプロセスとして再構築していきます。

私たちが目指すのは「つくる」「届ける」だけでなく、「つながる」「伝わる」価値の創出です。社員一人ひとりが役割を越えて対話し、学び合い、動き出せる風土をつくることで、組織全体が社会に対して誠実に応え続けられるよう、挑戦を重ねていきます。

これからも、水産練製品を軸とした食文化の継承と革新を通じて、持続可能で豊かな暮らしに貢献していきます。今後ともご指導ご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

## 事業戦略 水産練製品・惣菜事業

水産練製品・  
惣菜事業

## 第61期の振り返り

## ● 当年度の主な成果

第61期は、市場・売場ニーズの変化に応じて重点商品の仕様やパッケージを見直し、保存性と視認性の向上に取り組みました。使い勝手や保管性を重視し、一部商品で賞味期限を延長したほか、売場導入を意識した販促と気候に合わせた売場展開の最適化を進め、主力商品の採用率と定着率をアップすることができました。各部門がそれぞれの役割で課題に対応したことで、商品力・提案力・供給力の底上げにつながる一年となりました。

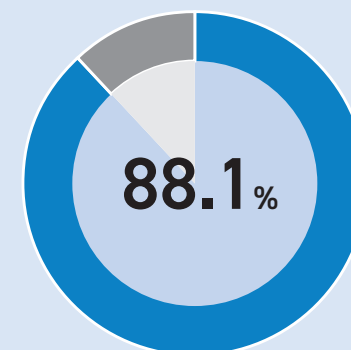
## ● 次年度への課題

カテゴリー全体の活性化を進めるなかで、新商品の開発スピードや重点商品の定着に課題が残りました。市場や売場環境の変化が加速するなかで、自社商品の特長や価値をデータに基づき的確に伝える情報力と提案力の強化が求められています。価格訴求にとどまらず、機能性や食シーンに応じた提案の幅を広げていくことが今後の重要なテーマです。商品開発・営業・生産が常に連携し進捗をスピーディーに共有・管理できる体制づくりを目指します。

1965年の創業から、当社グループの主力事業として水産練製品の製造・販売を行ってきました。安全・安心を基本としたものづくりは、今も変わらず受け継がれ、お客さまの食卓においしさをお届けします。

## 一正の強み

- ① 高い市場シェアを持つ商品群  
(シェア No.1：カニ風味かまぼこ・調理済みおでん)
- ② 生産性の高さを背景にしたカニ風味かまぼこなど主力商品のコスト競争力
- ③ 全国をカバーする営業拠点の配置と商品供給能力
- ④ 他社に先行したSDGsへの取組み  
(賞味期限延長への取組み・商品へのECOトレー採用)
- ⑤ ISO22000・FSSC22000認証取得による高いレベルでの食品安全の保証体制

セグメント別  
売上高構成比

注目!

## カニかま専用工場の驚異的な生産能力!



本社第二工場

本社第二工場は、最新鋭の設備と自動化技術を導入することで、生産能力を飛躍的に向上させたカニかま専用工場として、2023年4月に竣工しました。製造する商品をカニかまに特化することで生産ラインの最適化と効率化を徹底し、高度な自動化技術により省人化と生産スピードの向上を両立し、生産能力を20%増強しました。また2025年2月には、伸長するカニかま市場の需要拡大に対応するため、より生産能力の高い設備に入れ替えを行い、さらに生産能力20%増強を実現しました。

また、太陽光発電やコージェネレーションシステムを導入することにより、環境負荷を低減しながら生産を行う環境配慮型工場となっています。



サラダスティック

## 事業戦略 水産練製品・惣菜事業

## 水産練製品・惣菜事業 Close Up !

## インドネシアから世界へ、革新的な一歩を踏み出す！ PT.KML ICHIMASA FOODS (略称:KIF)

### POINT グローバル展開を加速させる挑戦

私たちは、2045年度のありたい姿を描いた「ICHIMASA30ビジョン」のひとつとして「安全・安心」に「健康・環境」と「心の豊かさ」をプラスして世界中に日本の“食”で貢献するグローバル企業になることを目指しています。第二次中期経営計画では「1st Stage」として海外事業の土台作りに全力を注いできましたが、その集大成として、2024年12月にインドネシアの合併会社に新たなパートナーを迎え、出資比率を引き上げて連結子会社化しました。この海外拠点を足掛かりに、2026年度から始める「2nd Stage」では、海外展開を一気に加速させていきます。



### POINT 日本の高度な技術を世界へ

KIFは、当社グループの高度な製造技術と最新鋭の設備、新商品開発のノウハウを活かし、インドネシアから供給される新鮮な魚肉すり身と、豊富で優秀な労働力を活かすことで、より優れた製品の安定供給を目指しています。

### POINT ハラル認証で新たな市場を切り拓く

KIFの工場では、安全・安心を最優先に、BRC、GMP、HACCPなどの国際認証を取得しています。さらに、皆さまに安心してお召し上がりいただくためにハラル認証も取得済みです。これにより、世界中の新たな市場へ確かな信頼とともに、私たちの製品をお届けします。



## “ネクストシーフード”とは？

具材にネクストシーフードを使用した海鮮丼



“ネクストシーフード”とは当社が提案する「SDGs」「エシカル」をキーワードに開発された、人と環境にやさしい“次世代水産加工食品”の総称です。当社は、1974年にカニ風味かまぼこを発売して以来、水産練製品の新たな技術開発に取り組み続け、その再現性の高さだけでなく、新たな機能や価値をプラスしたネクストシーフードを開発することで食卓においしさと驚きを提供してきました。

### 2025年大阪・関西万博に「ネクストシーフード」を出展

大阪・関西万博で行われた新潟県主催のイベント「大地と雪の恩恵～未来へつなげる新潟の食と伝統～」に、ネクストシーフードを出展しました。

「What'sネクストシーフード？」というテーマで、来場した皆さまに当社のネクストシーフードの取組みについて説明し、多くの来場者より質問や、商品に対する感想などをいただくことができました。



万博当日の様子



万博当日に提供した試食(具材にネクストシーフードうに風味と明太子風味を使用)

## 事業戦略 きのこと事業

## きのこと事業



## 第61期の振り返り

## ● 当年度の主な成果

野菜不足や価格高騰を背景に販売単価は上昇しましたが、夏場に発生した生育不調の影響を受け、需要期に十分な生産量を確保できず減収となりました。生産性向上や経費削減を実施したものの、コスト上昇分を吸収できず2期連続の営業損失となりました。

業績悪化の最大の要因は、生育不調による需要期の販売機会の逸失です。まいたけは外気温の上昇により生じた、わずかな空調の変化でも生育に影響するほど繊細な生き物です。昨今の異常気象は当社の想定を上回り大きな影響を及ぼしました。今夏は、空調設備の強化や栽培環境の見直しを行った結果、昨年以上の猛暑となっていますが、安定した栽培ができています。

## ● 次年度への課題

昨年の反省をふまえ、外部環境の変化に迅速に対応するため栽培環境の最適化に向けた研究をさらに強化します。販売面では、必要な量を自由に選べる「ランダムパック」は、物価高のなか消費者ニーズを捉えて伸長しており、生産面でも包装ラインの省人化につながる商品のため、構成比をさらに高めていきます。生産面では、引き続き合理化を推進し、作業効率向上と原価低減を目指します。

## 一正の強み

- ① 自社まいたけ種菌の開発力
- ② 高回転生産による生産性向上
- ③ 大学や研究機関との産学連携・共同研究



発酵技術を活かし  
持続可能な事業を創造し  
成長させる

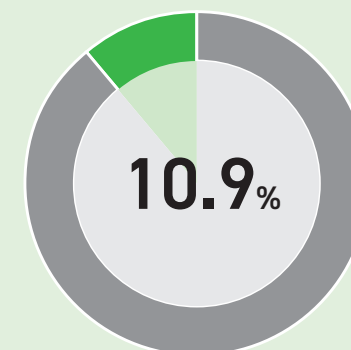
取締役 常務執行役員 バイオ事業統括本部長  
後藤 昌幸

外部環境が目まぐるしく変化するなか、長期視点の未来予測と変化に対応する実行力の必要性が一層増したと感じています。まいたけは原材料である樹木の資源枯渇リスクや、温暖化による栽培環境を維持するためのエネルギー消費量の増加など、サステナビリティコストの上昇は待ったなしであり、抜本的な事業構造の改革や付加価値向上を急がなければなりません。

バイオ研究で培った発酵技術を活かしたアップサイクル商品の開発や、樹木の循環利用など、持続可能な資源調達の体制構築を目指します。また、これまでの国内外の共同研究の成果を事業化に向けたステージにシフトさせ、知財戦略を加速していきます。これらの取り組みにより、国内外での競争力を向上させ、環境負荷低減と持続可能な事業成長の両立を実現します。



セグメント別  
売上高構成比



シンガポール留学で感じた、  
食品バイオ企業の可能性

バイオ事業部 バイオ研究室  
中湊 大成

シンガポールの南洋理工大学への留学中、常に感じ続けた多様性とスピード感。文化も価値観も違う研究員が、新テーマや新技術に対して貪欲にチャレンジする姿勢に刺激を受けました。まいたけなどを活用した新規素材や代替タンパク質の未来に手応えを感じるとともに、自分の“当たり前”を見直す貴重な経験となりました。この学びを、食の未来創造に活かしていきたいと思っています。

## ESG経営

WEB

サステナビリティマネジメントの詳細はこちら

いちまの  
ESG強化の変遷

## ESG経営宣言

当社グループは、2021年7月に全従業員の考え方・行動の基本となる「一正蒲鉾株式会社 ESG経営宣言」を制定しました。SDGsに示されている環境・社会をはじめとするサステナビリティ課題の解決への取組みとして、企業戦略にESGの視点を導入することで企業価値の向上を目指します。

## ESG経営宣言(抜粋)

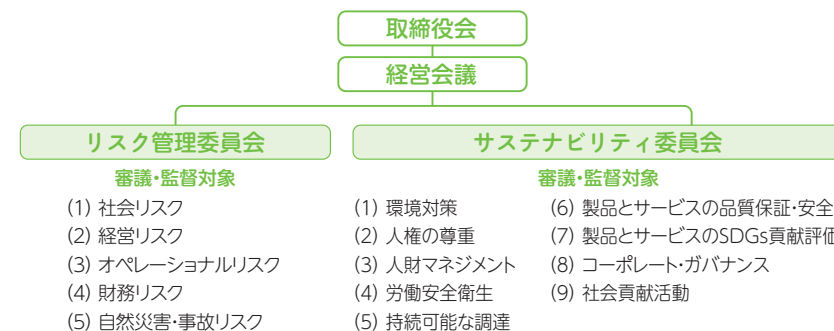
- 人と組織を大切にします
- 食の安全・安心と新たな価値をお届けします
- 「海の命」「山の命」を守り、自然の「恵み」を大切に活用します
- 地球温暖化防止に向けた取組みを進めます
- すべてのステークホルダーの皆さまとの協働を重視した経営を行います
- 透明性の高い健全経営を行います

## サステナビリティ推進体制

当社グループは、サステナビリティの推進を重要な経営課題とし、経営会議の下部組織として、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」で審議・決定した内容は、定期的に取り締役に報告される仕組みとしており、グループ全体でサステナビリティを推進する体制を構築しています。

また、自然災害などへの危機管理を含めたBCP(事業継続計画)をサステナビリティの重要な項目と認識し、「リスク管理委員会」と綿密に連携を図る体制としています。

## サステナビリティマネジメント推進体制図



## 委員会の活動状況

## リスク管理委員会

2025年6月期開催回数: 2回

- 議題**
- リスク一覧表に基づく重要リスクのモニタリング結果の共有
  - 各リスクの主管部署の決定
  - 効率的なモニタリング方法の提案

- 決定事項**
- 事業上のリスクおよび自然災害のリスクの主管部署の決定

- 効果(課題)**
- 主管部署の決定により、適切かつ迅速なリスク管理体制の強化

## サステナビリティ委員会

2025年6月期開催回数: 2回

- 議題**
- 規格別ISOマネジメントレビュー
  - 再エネ電力導入事業所拡大の課題と今後の方針
  - CO<sub>2</sub>排出量削減計画(Scope1・2)の進捗評価
  - CO<sub>2</sub>排出量削減(Scope 3)の精度向上およびノウハウ構築に向けた取組み

- 決定事項**
- 再エネ電力導入事業所拡大計画
  - 一正やまびこ会の主要取引先に環境対策に関するアンケート調査を実施

- 効果(課題)**
- サプライチェーン全体でCO<sub>2</sub>排出量削減を目指すための基盤構築を強化

## コンプライアンスに対する取組み

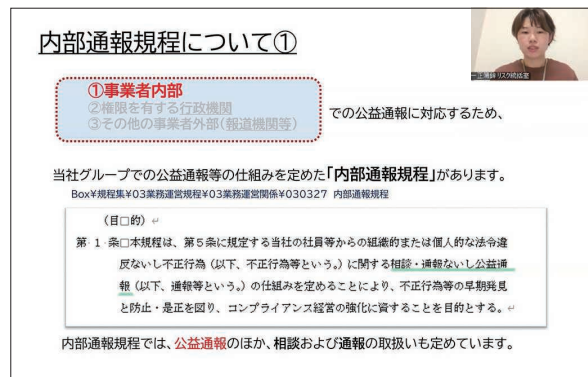
当社グループは、代表取締役社長執行役員を委員長とした「コンプライアンス委員会」を設置し、コンプライアンスに係る重要事項を審査・管理し、対応策について協議しています。2025年6月期は2回開催し、内部監査におけるコンプライアンスの遵守状況や、内部通報制度の運用状況、従業員に対する教育計画などについて報告しています。

また、「経営理念」とそれを具現化した「行動規範」を実行するために、従業員が日常業務の遂行にあたって、コンプライアンスの観点から遵守すべき具体的行動基準を「コンプライアンスマニュアル」に定めています。

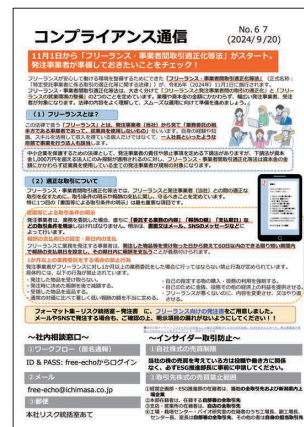
従業員には、ハラスメントや情報管理の具体的禁止事例、労働時間・休暇のルール、内部通報制度の相談窓口について記載した名刺サイズの「コンプライアンスの手引き」を配布することで、コンプライアンスのルールや制度についての周知徹底を図っています。加えて、入社時および階層に応じた社内研修やeラーニングによるコンプライアンス研修を実施するとともに、リスク統括室が「コンプライアンス通信」を発行するなど、継続的なコンプライアンス意識の醸成を図っています。



全従業員に配布されている名刺サイズの「コンプライアンスの手引き」



オンラインによるコンプライアンス研修の様子



コンプライアンス通信

## リスクマネジメントに対する取組み

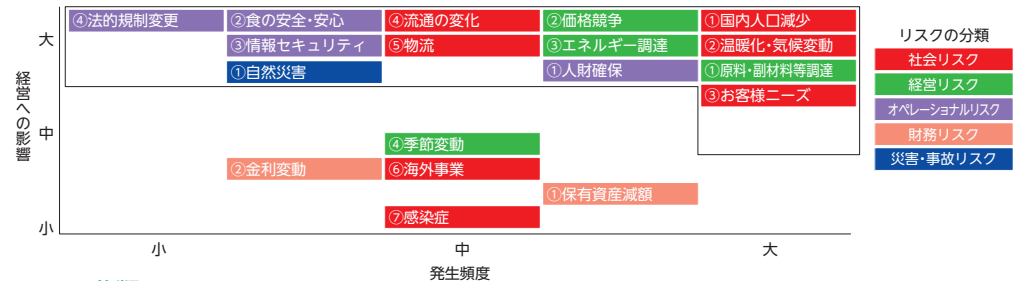
リスク管理委員会は、代表取締役社長執行役員を委員長とし、リスク管理の基本方針、リスク管理業務における方針・運営に関して審議・監督を行い、定期的に取締役会に報告しています。

当社グループのリスク管理体制は、リスク管理委員会がリスクマネジメント活動を統括するとともに、製品の品質に関する問題、重大な災害、事故および違反行為などのリスクが発生するおそれ、または発生した場合に、適切かつ迅速な対応を取ることができるように、トータルリスクマネジメント・マニュアルを制定・整備し、当社グループ全体のリスクを管理しています。

企業活動を脅かす事象が発生した場合には、代表取締役社長執行役員を本部長とする対策本部を設置し、速やかに関係者の招集を図り、組織的・集中的かつ的確に対応し、被害の最小限化を図る体制を整備しています。

また、リスク統括室内に安全衛生防災グループを置き、災害・防災管理、安全衛生に関する事項への取組みを強化しています。

### リスクマップ



### リスク分類

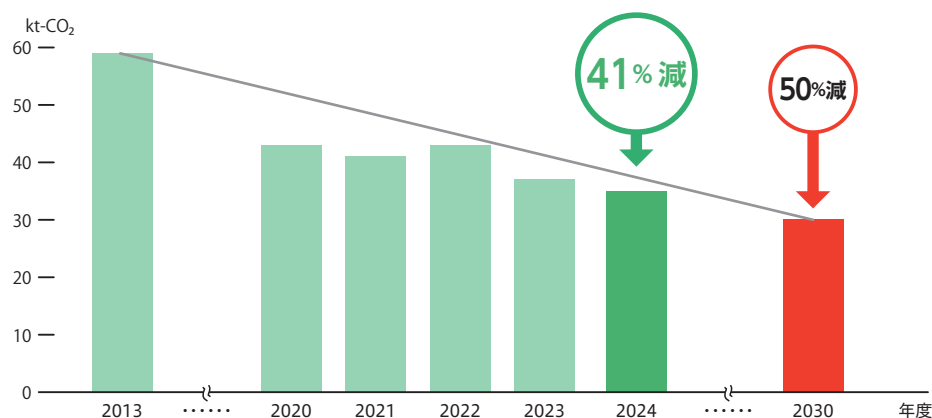
| リスク分類          | 想定・起こり得る事象（例）                                                                                                                                                                  |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 社会リスク       | マーケット変化、サプライチェーンの変化、法改正、気候変動、感染症                                                                                                                                               |
| 2. 経営リスク       | 原材料・エネルギー価格の高騰、競争の激化、投資判断の失敗                                                                                                                                                   |
| 3. オペレーショナルリスク | 製品・サービスリスク<br>不正・過失・怠慢<br>社内システムの故障・障害・データ消失<br>サイバー攻撃による情報漏洩<br>法令違反・契約違反等による罰則適用や損害賠償請求、信用失墜<br>労務管理・労災・ハラスメント、人材不足<br>外部委託先の不祥事、事故等による損害賠償請求、信用失墜<br>SNS等の炎上、誹謗中傷によるイメージダウン |
| 4. 財務リスク       | 資金繰り・与信管理・保有資産の減損                                                                                                                                                              |
| 5. 災害・事故リスク    | 自然災害、火災・事故                                                                                                                                                                     |

## 環境への取組み

### CO<sub>2</sub>排出量の削減

当社グループは、気候変動課題の経営・事業に及ぼす影響の軽減ならびに取組みを評価・管理するため、CO<sub>2</sub>排出量(Scope1+Scope2)を指標とし、2030年度のCO<sub>2</sub>排出量を50%削減(2013年度比)とする目標を設定しており、計画を前倒しで進捗しています。

#### CO<sub>2</sub>排出量推移グラフ(Scope1,2)



### Scope3への対応

サプライチェーンとの協働のベースにもなるScope3は、排出量の算定を完了し、2022年11月のサステナビリティ委員会での確認を経て、取締役会に報告を行っています。また、2025年6月期はサプライチェーン全体の脱炭素化に向けた取組状況を調査するため、主要なお取引先さま125社にアンケートを実施し、うち106社からご回答をいただきました(回答率85%)。

回答結果については、定期開催している環境勉強会にてフィードバックし、課題を共有しています。今後もサプライチェーンの皆さまと協働して、排出量の削減に向けて取り組んでいきます。



<一正やまびこ会勉強会>  
サプライチェーンとの協働によるCO<sub>2</sub>排出量削減

2025年6月11日

一正蒲鉾株式会社  
経営企画・ESG戦略部

### 再生可能エネルギーへの転換

当社は、聖籠工場、山木戸工場、北海道工場で使用する電力を、再生可能エネルギー由来の電力へ100%転換しています。

また、2025年4月聖籠工場に太陽光発電を導入し、本社第二工場、栽培センターで稼働中の太陽光発電設備を合わせると、当社グループ全使用電力の約30%が再生可能エネルギー由来となり、約5,200トン分のCO<sub>2</sub>排出量の削減が見込まれます。

#### 2025年拠点別CO<sub>2</sub>削減見込み量(単位:t-CO<sub>2</sub>/年)

|        | 再エネ電力転換拠点 | 太陽光発電導入拠点 | 合計      |
|--------|-----------|-----------|---------|
| 本社第二工場 | —         | ▲ 300     | ▲ 300   |
| 聖籠工場   | ▲ 1,840   | ▲ 170     | ▲ 2,010 |
| 山木戸工場  | ▲ 990     | —         | ▲ 990   |
| 北海道工場  | ▲ 1,550   | —         | ▲ 1,550 |
| 栽培センター | —         | ▲ 380     | ▲ 380   |
| 合計     | ▲ 4,380   | ▲ 850     | ▲ 5,230 |



山木戸工場



聖籠工場



本社第二工場



北海道工場



栽培センター



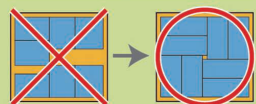
## 環境に配慮した包材の導入

当社の主力商品である「サラダスティック」は、一部包材に、原料として植物などの再生可能な有機資源を使用することで環境負荷を低減する「バイオマスプラスチック」を使用し、年間約226tのCO<sub>2</sub>排出量を削減しています。



## ECOトレーの採用

段ボール箱サイズ適正化のイメージ



積載効率アップ!

2023年7月より、一部商品の包材を店頭で回収したプラスチックトレーをリサイクルし、製造されたECOトレー※へ変更しました。トレーサイズを商品棚に合うものへ統一することでスッキリした買いやすい売り場づくりを可能にするるとともに、段ボール箱サイズの見直しによる輸送効率の向上により、トレー製造時のCO<sub>2</sub>排出量と合わせて年間約203tのCO<sub>2</sub>排出量を削減しています。



※株式会社エフピコさまが製造する循環型のリサイクルトレー

## 気候変動への取組み

当社グループは、気候変動を経営の重要課題として捉え、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)が2017年に公表し、2021年10月に改訂したTCFD提言への賛同を表明するとともに、気候変動が社会と企業に与えるリスクと機会を提言に沿った形で評価し、当社グループのレジリエンスの状況を評価しています。



※TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures:気候関連財務情報開示タスクフォース):2015年、G20からの要請を受け、金融安定理事会(FSB)が設置

## 包材の省資源化

プラスチック使用量削減の観点から、商品上部の巾着包装部分を削減し、コンパクトな包装に変更しました。従来の巾着包装からコンパクトな包装に変更することにより、プラスチック使用量を最大約30%削減しています。

また年末限定で発売している「伊達巻」は、使用しているプラスチックすだれをすべて環境に配慮したFSC認証紙を使用した紙すだれに切り替えることで、プラスチック使用量を最大約80%削減しています。



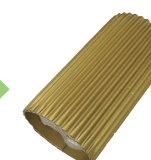
従来品



リニューアル後



従来品



リニューアル後

## トレーレス商品の発売

環境負荷軽減を目的としたトレーレス商品を発売しました。包装形態変更による効果で、賞味期限延長も実現しています。



## 健康に配慮した商品

[WEB 減塩商品の詳細はこちら](#)


### おいしい減塩

当社グループは、業界に先駆けて「おいしい減塩」の研究・開発に取り組んできました。

日本高血圧学会(JSH)の減塩・栄養委員会(旧 減塩委員会)は、2013年より「食塩含有量の少ない食品」(JSH減塩食品リスト)の紹介を行っており、当社グループは「JSH減塩食品アワード」を、第1回(2015年)から6年連続で受賞。2022年には日本高血圧学会(JSH)が減塩食品の普及に大きく貢献した企業を表彰する「JSH減塩推進10年アワード」を受賞しました。当社グループは、おいしい減塩商品で、お客さまの豊かな食生活と健康寿命を応援します。



日本食品標準成分表 2020(八訂)と比較した減塩率を表記しています。



## 安全・安心への取組み

### お客さまの声委員会

「お客さまの声委員会」は、2023年発足後、お客さまより寄せられた声を商品・サービスの開発や改善、品質向上に活かすための検討を重ねています。対象期間におけるお客さまの声を、関係部署の責任者である委員自らが分析、その結果から定番商品である「サラダスティック」や「カリッこいわし」などに対する課題を抽出し、委員を中心に解決すべき課題について具体的な検討を進めています。

また、「お客さまの声委員会」以外にも、お客さまの声を全社へ共有するための活動を行っています。商品・サービスの開発や改善、営業活動に活かすため、寄せられたご意見、ご提案を集計・分析した「月刊 お客さまの声」を、開発や営業など関係部署に向けて毎月配信しています。さらに、お客さまの声を現場レベルまで届けるため、お客さまからのお褒めの言葉を中心に、その時々テーマに沿ってまとめた「お客様相談室通信」を配信しています。お客さまの声を全社で活かし、より一層喜ばれる商品・サービスづくりに努めていきます。

[WEB フィッシュプロテインの詳細はこちら](#)


### 高たんぱく低脂肪なフィッシュプロテイン

2025年6月にワンハンドで手軽にお魚由来のタンパク質(フィッシュプロテイン)を補給できるバータイプのカン風味かまぼこを発売しました。

当社グループは皆さまの健康のために“おいしくからだにやさしい”商品を展開しています。

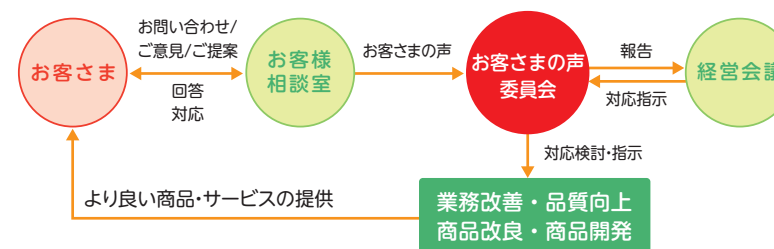
#### フィッシュプロテインマークについて



魚からタンパク質が手軽に取れるメリットを、魚と食卓(お皿、スプーン・フォーク)のイメージで表現しました。また、魚や海(鮮度)を想起しやすい青色を使用しています。製品中に含まれる魚肉タンパク質含有量が、日本かまぼこ協会の定める基準(8.1g/100g以上または4.1g/100kcal以上)をクリアした商品に限定して、表記をしています。


[WEB 安全・安心への取組みの詳細はこちら](#)


### お客さま対応の流れと、お客さまの声を活かす仕組み



## 人的資本への対応

[WEB 社会への取組みの詳細はこちら](#)


### 人財育成基本方針

#### 人財育成方針

当社グループは、従業員一人ひとりが、経営理念に共感したうえで自身の将来の目指すキャリアを描き、自律的に能力や技術を磨いて、キャリアプランが実現できることを通じて、従業員エンゲージメントの向上を図ります。

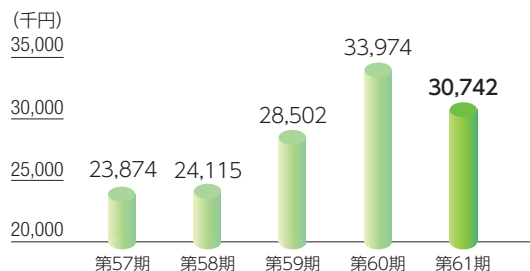
また、新しい働き方(「IWS」いちまさワークスタイル)の目指すべき姿を「社員が働きやすく、働きがいを持ち、人と組織が共に成長し合う企業」を実現する働き方と再定義し、当社グループ内の良好なコミュニケーションを確保することとともに、従業員協働による成長を促します。さらに、女性、高齢者、障がい者、中途採用者及び外国人等、多様な人財を採用し、公正・適切な人事評価や公平・平等な教育機会を通じて、性別・年齢・国籍等の如何によらない人財育成やキャリア形成を進めます。

#### 社内環境整備方針

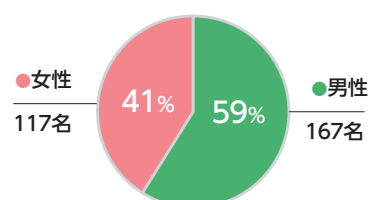
当社グループは、多様な人財が、失敗を恐れずに「変化」に挑戦し続けるために、従業員一人ひとりの人格・個性・多様性等を尊重し、すべての従業員が働きがい、幸福感、安心感および誇りを持って仕事に挑戦し、成長できる組織風土を醸成します。

また、全社的なライフ・ワーク・バランス施策の推進、職場の安全衛生の確保、健康経営の実現に向けた体制の整備、多様な働き方を可能とする施策の推進等、従業員が能力を最大限発揮できる、働きやすい就労環境・人事制度を整備します。

#### 教育・研修費用



#### 研修受講者男女比



### 「つながり続ける人財ネットワーク～アルムナイ採用の推進」

当社では、従業員一人ひとりの多様なキャリアを尊重し、社外での経験を積んだ人財が再び活躍できる環境づくりを進めています。その一環として、2025年7月より、退職者となつがる「アルムナイ専用サイト」を開設しました。このサイトでは、退職後も当社の最新情報を受け取ることができ、コーディネーターへのキャリア相談や、再入社を希望する方への求人情報の提供を行っています。アルムナイ採用は、当社の企業文化や業務を理解した即戦力人財を迎え入れることで、組織の活性化と持続的成長に寄与する施策です。

今後も「人財が活きる、つながり続ける会社」を目指し、柔軟なキャリア支援と多様な働き方の実現に取り組んでいきます。



#### 自己啓発休暇制度の活用 ～従業員一人ひとりの成長を支える人的資本施策～

当社は、年次有給休暇とは別に「自己啓発休暇制度」を設けています。本制度は、正社員などを対象に、毎年1日、自己啓発活動のための特別休暇を付与するものです。

この休暇は、従業員が主体的にキャリア形成やスキルアップに取り組むことを支援するため、幅広い目的で活用されています。対象となる活動は、研修会・セミナーへの参加、業界や他社の見学・視察、自宅や図書館での学習などです。実際に資格取得を目指す従業員が、集中して学習に取り組むために利用したり、社外コミュニティでの講習会参加のために利用されています。

今後も自己啓発休暇制度の利用促進や各種制度の拡充を図り、従業員の多様な学びの機会を創出します。

第61期取得者数16名



## 人的資本への対応

[WEB 社会への取組みの詳細はこちら](#)


### 一般事業主行動計画 施策実施状況

▶ 計画期間 2024年7月1日～2027年6月30日までの3年間

#### 目標1 女性管理職比率 20%以上

- 取組み**
- 女性管理職、プレマネジメント層育成の部門別サクセッションプランの検討
  - サクセッションプランに基づく対象者への集中的な育成施策の開始
  - ロールモデルとなる女性社員と若手社員のキャリアワークショップ等の開催

#### 目標2 男性の育児休業平均取得期間 14日以上

#### 目標3 柔軟な働き方の選択肢を増やす制度の整備・拡充

- 取組み**
- 不妊治療を受ける従業員に配慮した制度の導入

2025年6月期 制度改定  
 積立年休制度の対象事由に不妊治療が追加され、失効した有給休暇を不妊治療時に利用できるようになりました。  
 また、通院にも利用しやすいように半日休暇の取得上限回数を無制限としました。

- 育児休業制度個別周知・意向確認時の取得促進活動

早期の個別面談の実施、制度や免除措置の丁寧な説明が取得予定者の不安解消につながりました。  
 男性育児休業取得率 100%(7名)  
 2025年6月期 平均取得期間 33.4日

- 勤務地や職務等の限定制度の導入

### 新入社員の成長を支える研修施策

#### 内定～入社まで

大卒内定者向けには、入社前から自分のペースで学べるeラーニング研修を導入しています。社会人としてのマインドセットを身につけるプログラムや、PCスキルの基礎を学ぶ講座を用意し、内定者の皆さんが安心して入社日を迎えられるようサポートしています。eラーニング方式を採用することで、個々の理解度や生活リズムに合わせて学習を進めることができ、入社前の不安解消につながっています。

#### 新入社員研修

入社後は、社会人として必要な知識を身につける座学研修に加え、実践的なプログラムも充実させています。特に、昨今の若手社員の自動車の運転経験が乏しい傾向を踏まえ、運転シミュレーターを活用した能力テストや、本社敷地内での社有車駐車練習、さらにシミュレーターの結果をもとにした教習所での練習プログラムなど、安全運転に関する研修を手厚く実施しています。

### ライフ・ワーク・バランスの推進

2015年に次世代育成支援対策推進法に基づく「プラチナくるみん」を認証取得して以来、家庭と仕事の両立を図る取組みを継続しています。

男性社員の育児休業については、取得率だけでなく取得期間の伸長を目指し、事例共有や制度の周知、上司を含めた取得奨励体制の構築を図っています。

#### Voice

栽培センター栽培管理課 高橋唯人さん (2024年10月・4週間取得)

#### Q. 育児休業を取得しようと思ったきっかけは？

「育児休業は男性も取得できると知り、家族と相談しました。  
 出産は母体に交通事故と同等の身体的ダメージを受けると聞き、少しでも力になればと思ったのが大きな理由です。」

#### Q. ご家族の反応や事前に相談したことは？

「里帰り出産ではなかったので、妻も安心していました。  
 また、出産には立ち会いたかったので、予定日よりも早まる可能性も考え、出産前から有給と出産立会い休暇を使って事前に休みを取ることを決めました。」

#### Q. 仕事面で準備したことは？

「担当している業務を一覧にし、部署内で事前に共有しました。  
 自分が抜けても業務が滞らないように、周囲としっかり連携をとりました。」

#### Q. 育児休業中の様子や感想は？

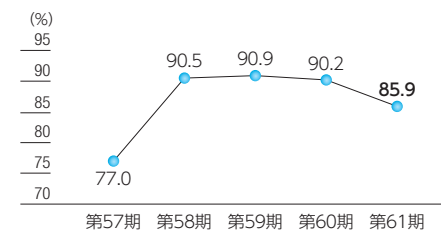
「妻が産後、貧血で体調を崩したため、育休が取れて本当によかったと感じました。  
 初めての赤ちゃんのお世話は何から何まで苦労の連続でしたが、日々子どもの成長を感じられ、1日1日が大切な思い出になりました。」

上司からのメッセージ (栽培管理課長 畑山孝夫さん)

「育児休業を通じて貴重な体験ができましたね。これからが育児のスタート地点です。より一層、家族の絆を大切に。」



#### 有給休暇取得率



#### 月平均残業時間

11 時間

# 健康経営

## 健康経営の推進

当社グループは、従業員の健康が重要な経営資源であると考えており、従業員の健康の保持・増進に積極的に取り組みます。

### 健康経営宣言

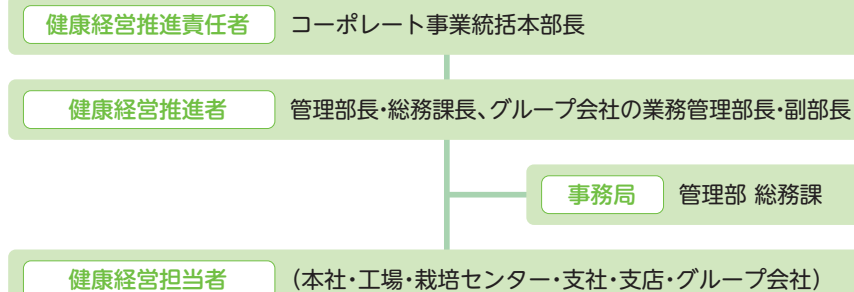
当社グループは、従業員の健康が会社の持続的な成長に向けての重要な経営資源であるという認識のもと、健康経営に取り組みます。

- ① 最大のパフォーマンスを発揮できるよう、従業員一人ひとりのこころとからだの健康に配慮し、従業員の健康の保持・増進に積極的に取り組みます。
- ② 「働きがいがあり、活力のある職場」づくりのため、多様で効率的な働き方を実現するとともに、社内コミュニケーションを活性化する仕組みづくりを進めます。

### 重要課題

- | 1.                               | 2.                                                | 3.                                          |
|----------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 有所見者に対し、会社から受診勧奨を行い、適切な治療につなげます。 | メンタルヘルス研修やストレスチェック結果に基づく職場環境改善など、こころの不調防止対策を行います。 | 業務効率化、ライフ・ワーク・バランス推進により、従業員の就業に対する満足度を高めます。 |

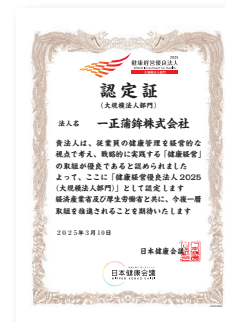
### 健康経営推進体制図



## 健康経営優良法人に認定されました



2025年3月10日付けで「健康経営優良法人2025 (大規模法人部門)」に認定されました。安全・安心な商品の提供のためには、従業員やその家族が心身ともに健康であることが欠かせません。従業員がヘルスリテラシーを高め、自身や家族の健康を大切にしながら安心して働き続けられるよう、これからも健康経営を推進していきます。



### 健康経営施策① ～転倒防止のための健康体操～

スポーツクラブのインストラクターを当社の工場に招き、転倒防止のための健康体操を実施しました。体操後の業務に支障が出ない程度の負荷を想定した内容でしたが、普段しないような動きを経験した参加者からは、「しっかりやると結構きつい」という声なども聞かれ、早速効果を実感してもらえました。終了後、参加者にはこの日に行った体操のマニュアルを持ち帰ってもらい、自宅でも継続するようお願いしました。



本社工場で健康体操に取り組む様子

### 健康経営施策② ～体組成計による測定会～

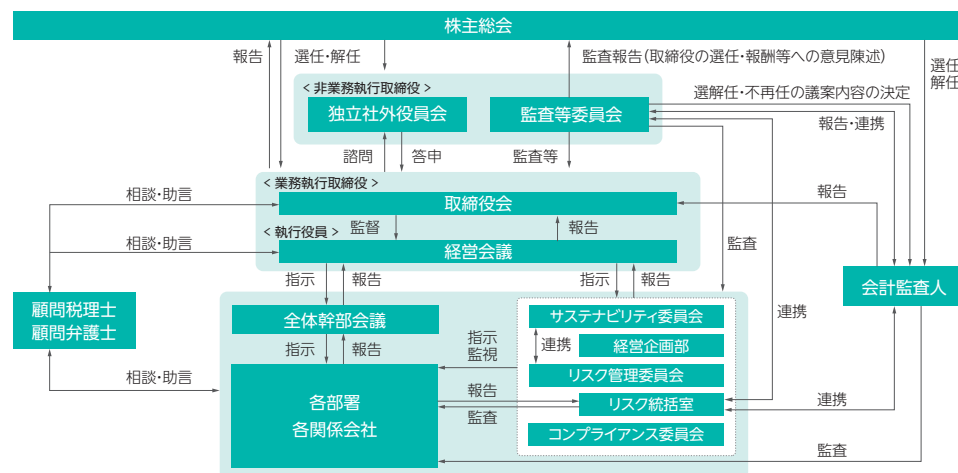


測定している様子

体組成計を使用した測定会を実施しました。測定結果の用紙には、適正体重以外にも、全身部位別の筋肉・脂肪のバランス評価、水分・タンパク質・ミネラル・体脂肪といった体成分の構成も表示されるため、運動習慣や食生活見直しを始めるきっかけとしてとても役立ちました。従業員が自発的に健康づくりに取り組みたいような情報発信、イベント企画を今後も進めていきます。

## コーポレート・ガバナンス

## コーポレート・ガバナンス体制



## コーポレート・ガバナンスの概要

|                            |                                                                                                                  |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 組織形態                       | 監査等委員会設置会社                                                                                                       |
| 取締役会議長                     | 野崎正博（代表取締役社長執行役員）                                                                                                |
| 取締役人数                      | 9名（業務執行取締役4名、非業務執行取締役1名、監査等委員4名）                                                                                 |
| 取締役会開催状況<br>（2024年度実績）     | 開催回数：12回 出席率：94.4%                                                                                               |
| 監査等委員会開催状況<br>（2024年度実績）   | 開催回数：13回 出席率：94%                                                                                                 |
| 指名委員会・報酬委員会<br>に相当する任意の委員会 | 取締役会の諮問機関として、独立社外取締役4名全員で構成される独立社外役員会を設置しています。取締役の選解任や報酬等に関する事項およびその他の経営に関する重要事項について総合的見地から審議し、その結果を取締役に答申しています。 |
| 取締役の選任                     | 取締役選解任基準に基づき、独立社外役員会に諮問しその答申を得て、取締役会で候補者を決定し、株主総会で選任しています。                                                       |
| 社外取締役の選任                   | 社外取締役選任基準に基づき、会社法および東京証券取引所の独立性基準に加えて、当社が定める独立性判断基準を満たす者とし、取締役会全構成員の3分の1以上になるように選任しています。                         |
| 独立役員的人数                    | 社外取締役4名（非業務執行取締役1名、監査等委員3名）                                                                                      |

## 取締役会の実効性評価

|      |                                                                                                   |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 対象者  | 2025年6月30日時点で在任の全取締役                                                                              |
| 実施方法 | 対象者に対するアンケート調査（回答は無記名方式）                                                                          |
| 評価項目 | 1. 取締役会の構成<br>2. 取締役会の運営<br>3. 取締役会の議案<br>4. 取締役会のサポート体制<br>5. 取締役の指名・報酬<br>6. 取締役会の業績<br>7. 自己評価 |
| 評価方法 | 全取締役が取締役会の実効性評価に関するアンケート用紙に回答し、その回答の集計結果に基づき、独立社外役員会において分析・評価を実施                                  |
| 報告   | 2025年9月開催の取締役会でフィードバックし、改善と見直しに向けた検討を実施                                                           |

## 2025年6月期における全体評価

当社の取締役会は、上記1～7の評価項目において、改善点はあるものの、おおむね適切な評価であり、その実効性は十分に確保されていると判断しました。

## 今後の取組み

中長期的な企業価値向上に向けた議論を活性化するため、社外取締役と経営層および社員間とのコミュニケーションを強化していきます。また、サステナビリティ課題やステークホルダーの視点を意識した議論の充実を図ります。

## 監査等委員会、独立社外役員会の活動状況

取締役会、経営会議などをはじめとする重要な会議に出席し、適時意見を述べるとともに、適切に情報を収集しています。また、監査等委員会は、経営陣や社外取締役と適切に連携をとり、情報の共有化を図るとともに、会計監査人および内部監査部門などとの協議を定期的に実施して、効果的監査の遂行に有益な情報を入手しています。

## 活動状況

|         |                                                                                                                                      |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 監査等委員会  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・取締役会 12回</li> <li>・監査等委員会 13回</li> <li>・代表取締役との情報交換 1回</li> <li>・業務執行取締役との情報交換 2回</li> </ul> |
| 独立社外役員会 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・独立社外役員会 2回</li> </ul>                                                                        |



取締役一覧

|                      |            |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                     |
|----------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                      |            |  |  |    |   |  |  |    |   |  |
| 役職・氏名                |            | 代表取締役<br>社長執行役員<br>野崎 正博                                                          | 取締役<br>常務執行役員<br>和田 祐樹                                                            | 取締役<br>常務執行役員<br>高島 正樹                                                              | 取締役<br>常務執行役員<br>後藤 昌幸                                                              | 取締役<br>中山 正子<br>社外・独立                                                               | 取締役<br>(監査等委員)<br>高山 佳代子                                                            | 取締役<br>(監査等委員)<br>阿部 和人<br>社外・独立                                                      | 取締役<br>(監査等委員)<br>三部 正歳<br>社外・独立                                                     | 取締役<br>(監査等委員)<br>黒崎 正吉<br>社外・独立                                                    |
| 取締役会出席回数<br>(出席率)    |            | 12/12回<br>(100%)                                                                  | —                                                                                 | 12/12回<br>(100%)                                                                    | 12/12回<br>(100%)                                                                    | 11/12回<br>(91.7%)                                                                   | 12/12回<br>(100%)                                                                    | 12/12回<br>(100%)                                                                      | 12/12回<br>(100%)                                                                     | —                                                                                   |
| 監査等委員会出席回数<br>(出席率)  |            | —                                                                                 | —                                                                                 | —                                                                                   | —                                                                                   | —                                                                                   | 13/13回<br>(100%)                                                                    | 13/13回<br>(100%)                                                                      | 13/13回<br>(100%)                                                                     | —                                                                                   |
| 独立社外役員会出席回数<br>(出席率) |            | —                                                                                 | —                                                                                 | —                                                                                   | —                                                                                   | 2/2回<br>(100%)                                                                      | —                                                                                   | 2/2回<br>(100%)                                                                        | 2/2回<br>(100%)                                                                       | —                                                                                   |
| スキル                  | 企業経営       |  |                                                                                   |                                                                                     |                                                                                     |  |                                                                                     |                                                                                       |                                                                                      |  |
|                      | 経営戦略       |  |  |    |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                     |
|                      | 営業・マーケティング |  |  |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                     |
|                      | 製造・技術研究    |                                                                                   |  |                                                                                     |  |                                                                                     |  |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                     |
|                      | 商品開発       |                                                                                   |  |                                                                                     |  |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                     |
|                      | ESG        |  |                                                                                   |    |                                                                                     |                                                                                     |  |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                     |
|                      | 法務・リスク管理   |                                                                                   |                                                                                   |   |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |  |                                                                                     |
|                      | 人事・人財開発    |                                                                                   |                                                                                   |  |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                     |
|                      | 財務会計・税務    |                                                                                   |                                                                                   |  |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |  |                                                                                      |                                                                                     |

スキルに対する考え方

| スキル        | 考え方                                            |
|------------|------------------------------------------------|
| 企業経営       | 会社組織として掲げる戦略的方針や方向性などを判断するのに必要なスキル             |
| 経営戦略       | 企業価値向上に向け、中長期的な成長戦略を策定し遂行するために必要なスキル           |
| 営業・マーケティング | 市場の需要を理解し、自社商品を効率よく販売して利益を得るために必要なスキル          |
| 製造・技術研究    | 中長期的な視点で、新たな食の可能性を追求し、技術のイノベーションを実現するために必要なスキル |
| 商品開発       | 市場の需要を理解し、安全・安心でお客さまに愛される商品づくりに必要となるスキル        |

※和田祐樹氏、黒崎正吉氏は2025年9月開催の定時株主総会において選任されたため、2024年度における取締役会等への出席はありません。

| スキル      | 考え方                                                    |
|----------|--------------------------------------------------------|
| ESG      | 社会・環境・ガバナンスの課題を見据え、持続可能な社会の実現への貢献と企業価値向上を両立するために必要なスキル |
| 法務・リスク管理 | 事業活動における適切なガバナンス、コンプライアンス、リスクマネジメントの実践に必要なスキル          |
| 人事・人財開発  | 人財戦略を策定し、成長の源泉である「人」に投資を行うなど、企業の持続的成長を担保するために必要なスキル    |
| 財務会計・税務  | 経営の根幹を支える財務基盤の強靱化、企業価値向上に向けた成長投資を実現するために必要なスキル         |

## 新任取締役からのメッセージ

変化の時代に、  
新しい風を吹き込み、  
責任の重さを胸に  
一步を踏み出します

取締役 常務執行役員 和田 祐樹

YUKI WADA



和田  
祐樹

### 部門横断の協働を推進し、成長への原動力を生み出す

私は2016年に一正蒲鉾に入社し、営業、経営企画、マーケティングと、現場と経営の両面に携わってきました。これまでの経験を通じて、社内外の多様な声を受け止め、部門を越えた連携を生み出していくことの難しさと意義を、幾度となく実感してきました。

現在は、マーケティング開発本部・生産本部・営業本部の3本部を束ねる食品事業統括本部において、組織を横断した意思決定と実行の仕組みづくりに取り組んでいます。私の役割は、現場の感覚と経営視点をつなぎ、全社にとって本質的に意味のある“動き”を創出することにあります。このたび取締役役に就任するにあたり、これまで現場で向き合ってきた課題や実行の現実を忘れることなく、「つなぐ視点」と「推進する責任」をもって職責を果たしていく所存です。

### 社員一人ひとりの挑戦を未来の価値へつなげる

また、次期中期経営計画の立案・遂行においては、環境変化に柔軟に対応しながらも、社員一人ひとりの挑戦と成長を支える基盤の整備に力を注いでいきます。さらに、企業としての存在意義や社会的責任を改めて問い直し、持続可能な成長と地域との共生を見据えた経営の実現に努めていきます。とりわけ、社員が自律的に考え、行動できる風土づくりは、これからの組織に不可欠な要素だと考えています。

### 未来に誠実であり続けるために

未来に対して誠実であること。その信念のもと、創業以来培ってきた技術と、暮らしに寄り添う発想力を磨き続け、一正蒲鉾にしか生み出せない価値を社会に届けていきます。

業界で培った知見をもとに、  
経営を多面的に支えながら  
組織の成長と持続性に  
貢献します

取締役 (監査等委員) 黒崎 正吉

MASAYOSHI KUROSAKI



黒崎  
正吉

### 客観性と独立性をもって、積極的に助言をしていきます

ガバナンスの強化に向けた助言は当然のこと。さらに、事業運営・組織運営・人材育成の視点での多角的な助言を積極的に実施する所存です。

### 激しい環境変化のなか、成長していくか淘汰されていくか、 一正蒲鉾も例外ではありません

一正蒲鉾は、その事業自体を通じて社会に貢献のできる企業です。成長に向け、それが一正蒲鉾の最大の強みです。商品によって、世界中の人々に健康と美味しさをお届けできる。そしてそのベースには、業界トップの商品品質があり、それを支える妥協のない品質保証体制があります。また各バリューチェーンにおける業務推進のなかで、改善と変革を通して環境課題等の解決に資することができます。

ESG経営宣言をしている一正蒲鉾にとって、2030年を目指したSDGsへの取り組みはマイルストーンのひとつに過ぎません。2030年のさらにその先を見つめ変革にチャレンジするのが一正蒲鉾の使命だと思います。まさに成長に向けて、CSV (Creating Shared Value) 経営推進へ舵を切り、変革のスピードアップを図る時といえるでしょう。

### 「あたたかい企業」の実現に向けた、一人ひとりの成長を

ICHIMASA30ビジョンのひとつに、すべてのステークホルダーに対して、「あたたかい企業」になるという項目があります。私の一正蒲鉾に対する大好きなポイントのひとつです。その実現のためには、一正蒲鉾のメンバー自身の成長が不可欠です。前向きな一人ひとりの成長を期待しています。

そして、私自身も一正蒲鉾の社外取締役として、自らの成長と変革を目指していきます。

## 財務ハイライト

WEB IRライブラリーの詳細はこちら



|                      |       | 2015年6月 | 2016年6月 | 2017年6月 | 2018年6月 | 2019年6月 | 2020年6月 | 2021年6月            | 2022年6月           | 2023年6月 | 2024年6月 | 2025年6月 |
|----------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------|-------------------|---------|---------|---------|
| 売上高                  | (百万円) | 34,426  | 35,043  | 34,785  | 35,032  | 35,588  | 36,047  | 34,689             | 31,636            | 32,814  | 34,487  | 34,579  |
| 水産練製品・惣菜事業           | (百万円) | 29,761  | 30,486  | 30,166  | 30,145  | 29,939  | 30,530  | 29,631             | 27,107            | 28,447  | 30,304  | 30,469  |
| きのこ事業                | (百万円) | 4,193   | 4,056   | 4,138   | 4,385   | 5,156   | 5,027   | 4,581              | 4,037             | 3,947   | 3,790   | 3,769   |
| 営業利益                 | (百万円) | 382     | 798     | 1,331   | 1,018   | 1,307   | 1,888   | 1,735              | 545 <sup>※3</sup> | △193    | 1,271   | 891     |
| 水産練製品・惣菜事業           | (百万円) | 222     | 612     | 1,062   | 537     | 299     | 818     | 924                | 77 <sup>※3</sup>  | △288    | 1,309   | 1,007   |
| きのこ事業                | (百万円) | 4       | 65      | 123     | 336     | 877     | 952     | 732                | 430 <sup>※3</sup> | 14      | △157    | △251    |
| 営業利益率                | (%)   | 1.1     | 2.3     | 3.8     | 2.9     | 3.7     | 5.2     | 5.0                | 1.7               | △0.6    | 3.7     | 2.6     |
| 経常利益                 | (百万円) | 461     | 485     | 1,526   | 1,051   | 1,254   | 1,867   | 1,806              | 623               | △146    | 1,247   | 907     |
| 親会社株主に帰属する当期純利益      | (百万円) | 125     | 249     | 846     | 557     | 672     | 252     | 2,683              | 565               | 84      | 957     | 746     |
| 純資産額                 | (百万円) | 9,663   | 9,542   | 10,279  | 10,911  | 11,042  | 11,174  | 13,585             | 13,862            | 13,579  | 14,504  | 14,908  |
| 総資産額                 | (百万円) | 25,932  | 23,935  | 23,520  | 24,280  | 23,698  | 22,053  | 22,216             | 25,296            | 30,678  | 31,392  | 30,413  |
| 1株当たり純資産額            | (円)   | 521.64  | 516.18  | 556.01  | 590.49  | 599.30  | 606.37  | 737.07             | 754.33            | 738.91  | 789.23  | 809.92  |
| 1株当たり当期純利益           | (円)   | 6.78    | 13.47   | 45.79   | 30.17   | 36.47   | 13.72   | 145.62             | 30.73             | 4.58    | 52.10   | 40.67   |
| 自己資本比率 <sup>※1</sup> | (%)   | 37.3    | 39.9    | 43.7    | 44.9    | 46.6    | 50.7    | 61.2               | 54.8              | 44.3    | 46.2    | 48.8    |
| 自己資本利益率(ROE)         | (%)   | 1.4     | 2.6     | 8.5     | 5.3     | 6.1     | 2.3     | 21.7 <sup>※2</sup> | 4.1               | 0.6     | 6.8     | 5.1     |
| 投下資本利益率(ROIC)        | (%)   | 2.0     | 3.0     | 5.4     | 4.1     | 4.3     | 8.3     | 7.7                | 2.2               | △0.9    | 3.6     | 2.6     |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー     | (百万円) | 2,153   | 1,946   | 2,599   | 1,005   | 2,485   | 2,835   | 2,416              | 1,802             | △1,017  | 5,198   | 1,615   |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー     | (百万円) | △2,659  | △207    | △865    | △700    | △1,132  | △755    | △688               | △2,222            | △3,949  | △1,743  | △2,591  |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー     | (百万円) | 374     | △1,940  | △1,749  | 11      | △1,589  | △1,739  | △1,821             | 1,413             | 4,054   | △1,648  | △1,137  |
| 1株当たり配当金             | (円)   | 7.50    | 6.00    | 6.00    | 7.00    | 7.00    | 8.00    | 10.00              | 12.00             | 12.00   | 12.00   | 14.00   |
| 配当性向                 | (%)   | 110.6   | 44.5    | 13.1    | 23.2    | 19.2    | 58.3    | 6.9                | 39.0              | 262.2   | 23.0    | 34.4    |

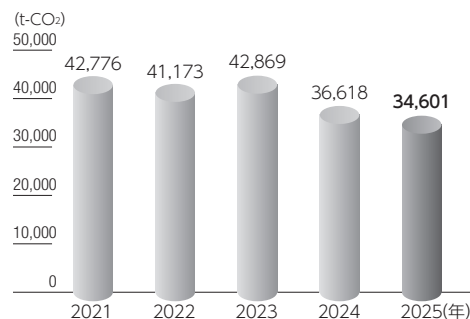
※1 「「税効果会計に係る会計基準」の一部改正」等の改正により、2016年6月期連結会計年度の期首から当該会計基準等を選定して適用した数値により算出しています。

※2 中国きのこ事業の清算影響です。

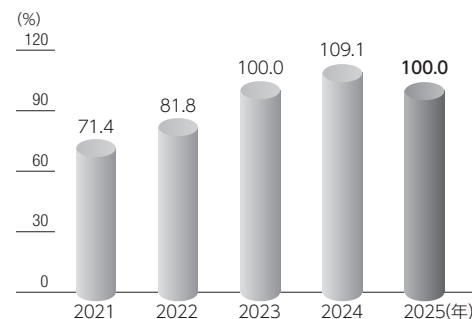
※3 報告セグメントごとの業績をより適切に反映させるために、配賦基準を変更しました。2022年6月期連結会計年度のセグメント利益は、変更後の算定方法により作成したものを記載しています。

(注)「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を2022年6月期の期首から適用しています。

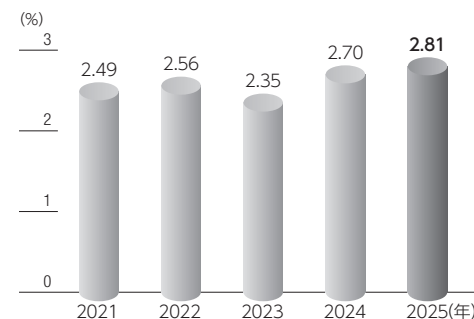
## 非財務ハイライト

CO<sub>2</sub>排出量

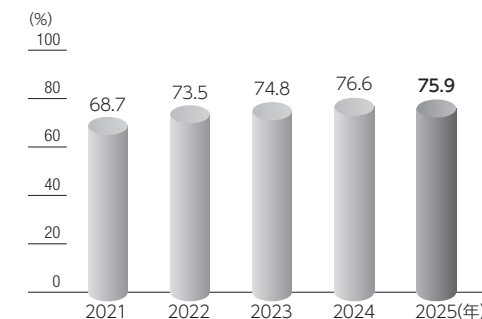
男性従業員育児休業取得率



障がい者雇用率



食品リサイクル率



|                                   |                      | 2015年6月 | 2016年6月 | 2017年6月 | 2018年6月 | 2019年6月 | 2020年6月 | 2021年6月 | 2022年6月 | 2023年6月 | 2024年6月 | 2025年6月 |
|-----------------------------------|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 従業員数                              | (名)                  | 891     | 947     | 968     | 971     | 970     | 903     | 936     | 949     | 935     | 928     | 928     |
| 女性採用比率 <sup>※1</sup>              | (%)                  | 57.1    | 60.5    | 48.9    | 70.6    | 72.2    | 60.0    | 53.7    | 56.5    | 54.5    | 53.8    | 52.0    |
| 女性研修参加率                           | (%)                  | —       | 50.5    | 57.5    | 48.5    | 59.1    | 76.0    | 49.2    | 48.8    | 35.8    | 42.6    | 41.2    |
| 女性管理職比率                           | (%)                  | —       | 2.4     | 2.4     | 2.5     | 2.4     | 4.7     | 6.5     | 6.8     | 8.5     | 9.1     | 11.1    |
| 障がい者雇用率                           | (%)                  | 1.64    | 1.98    | 2.14    | 2.30    | 2.58    | 2.51    | 2.49    | 2.56    | 2.35    | 2.70    | 2.81    |
| 女性従業員育児休業取得率 <sup>※2</sup>        | (%)                  | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   | 100.0   |
| 男性従業員育児休業取得率 <sup>※3</sup>        | (%)                  | —       | 45.5    | 100.0   | 57.1    | 125.0   | 142.9   | 71.4    | 81.8    | 100.0   | 109.1   | 100.0   |
| 有給休暇取得率                           | (%)                  | —       | 71.1    | 72.0    | 83.7    | 85.7    | 86.1    | 77.0    | 90.5    | 90.9    | 90.2    | 85.9    |
| 教育・研修費用                           | (千円)                 | —       | —       | 30,804  | 31,135  | 26,917  | 24,006  | 23,874  | 24,115  | 28,502  | 33,974  | 30,742  |
| 男女賃金差異                            | (%)                  | —       | —       | —       | —       | —       | —       | 67.9    | 68.8    | 69.6    | 70.8    | 72.7    |
| 月平均残業時間                           | (時間)                 | —       | —       | 13      | 13      | 13      | 11      | 11      | 11      | 11      | 11      | 11      |
| CO <sub>2</sub> 排出量 <sup>※4</sup> | (t-CO <sub>2</sub> ) | 59,739  | 55,546  | 51,517  | 52,947  | 45,425  | 45,093  | 42,776  | 41,173  | 42,869  | 36,618  | 34,601  |
| 食品リサイクル率 <sup>※4</sup>            | (%)                  | 42.3    | 41.4    | 46.0    | 44.5    | 55.3    | 60.4    | 68.7    | 73.5    | 74.8    | 76.6    | 75.9    |
| エネルギー消費原単位 <sup>※4</sup>          | (kl/百万パック)           | —       | 33.4    | 35.3    | 35.3    | 34.6    | 32.4    | 31.8    | 32.7    | 34.2    | 32.0    | 32.9    |

※1 対象期間中の新卒採用者における女性の割合です。

※2 期間中に出産した女性従業員のうち育児休業を取得した人数の割合です。

※3 子の生まれた年度と育児休業取得年度は必ずしも一致しないため、育児休業取得率は100%を超える場合もあります。

※4 環境指標に関しては、毎年4月～翌年3月までの数値により算出しています。(例: 2025年6月期は2024年4月～2025年3月)

# 会社情報・株式情報

WEB 株式情報の詳細はこちら



## 会社概要 (2025年6月30日現在)

|      |                          |
|------|--------------------------|
| 商号   | 一正蒲鉾株式会社                 |
| 創業   | 1965年1月                  |
| 資本金  | 9億4千万円                   |
| 代表者  | 代表取締役 社長執行役員 野崎 正博       |
| 事業内容 | 水産練製品・惣菜の製造販売およびきのこの生産販売 |

## 株式の状況 (2025年6月30日現在)

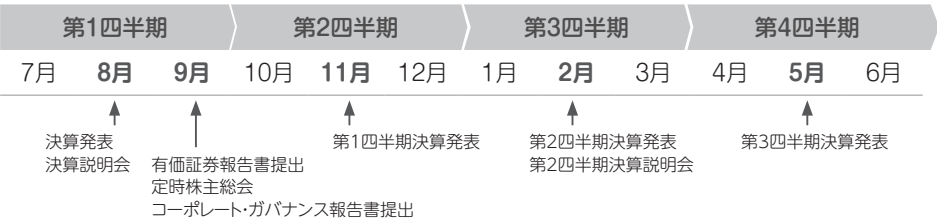
|          |                              |
|----------|------------------------------|
| 発行可能株式総数 | 64,400,000株                  |
| 発行済株式総数  | 18,590,000株 (自己株式65,088株を含む) |
| 株主数      | 19,828名                      |

## 大株主 (上位10名)

| 株主名                                        | 持株数(千株) | 持株比率(%) |
|--------------------------------------------|---------|---------|
| 有限会社ノザキ                                    | 5,751   | 31.04   |
| 東京中小企業投資育成株式会社                             | 1,090   | 5.88    |
| 野崎 正博                                      | 523     | 2.82    |
| サトウ食品株式会社                                  | 516     | 2.78    |
| 川口 栄介                                      | 328     | 1.77    |
| 日本生命保険相互会社                                 | 257     | 1.39    |
| みずほ信託銀行株式会社退職給付信託亀田製菓口再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行 | 252     | 1.36    |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)                    | 225     | 1.21    |
| 株式会社日本カストディ銀行(信託E口)                        | 216     | 1.17    |
| 農林中央金庫                                     | 211     | 1.14    |

(注) 1. 持株比率は、自己株式(65,088株)を控除して計算しています。  
2. 自己株式には、株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する216,900株は含まれていません。

## IRカレンダー



## 株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションの促進

会社の財政状態・経営成績などの財務情報、経営戦略・経営課題、リスクやガバナンスに係る情報などの非財務情報について、法令に基づく開示を適切に行うとともに、法令に基づく開示以外の情報提供にも主体的に取り組み、株主・投資家の皆さまがその権利を適切に行使することができる環境の整備を進めています。

### 株主の皆さまとの建設的な対話に関する方針

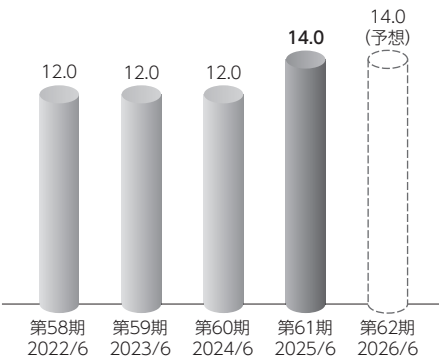
会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、株主総会の場以外においても、株主の皆さまとの間で建設的な対話を行うとともに、株主の皆さまからの対話(面談)のお申し込みに対しては、合理的な範囲で前向きに対応します。

- 社内体制として、IR統括責任者をコーポレート事業統括本部長とし、担当部署を経営企画部、連携・補助部署を管理部、リスク統括室とします。
- IR活動として、決算説明会、機関投資家・アナリスト向け経営方針説明会、個人投資家向け会社説明会などを実施します。
- 株主の皆さまからいただいたご意見・ご要望は、IR統括責任者から適宜適切に取締役会に報告します。
- 株主の皆さまとの対話において、インサイダー情報の管理に配慮するとともに、株主さま間において実質的な情報格差が生じないように十分に留意します。

### 株主の皆さまへの還元

業績や配当性向、将来の事業展開などを総合的に勘案しながら、安定的な配当を継続的に行うことを基本方針としています。

### 配当金の推移 (単位:円)



※2025年6月期期末配当金の内訳: 普通配当12円、60周年記念配当2円

# 一正蒲鉾株式会社

〒950-8735 新潟市東区津島屋七丁目77番地

TEL 025-270-7111 (代表)

<https://corporate.ichimasa.co.jp>

発行/2025年10月



環境保全のため、FSC® 認証紙と 植物油インキを使用して印刷しています。