



K A T O

CSR Report
2022

加藤産業株式会社





CONTENTS

目次・はじめに	1
加藤産業グループのあゆみ	3
トップメッセージ	5
脱炭素	7
フードロス&ウェスト	8
資源循環／環境マネジメント	9
多様な人財の活躍	11
新型コロナウイルス対応	14
食の安全・安心	15
環境・社会に配慮した自社ブランド商品紹介	17
ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーション	19
コーポレート・ガバナンス	25
コンプライアンス	26
加藤産業グループのいま	27
データ集	29

加藤産業は、今年で75周年を迎えます。

創業者 加藤彌三「創立15周年記念式典における挨拶」より、当社のあゆみの一部をご紹介します。



「(前略)御承知の事と存じますが、加藤産業株式会社が設立されたのが、昭和22年8月22日で御座居ます。終戦直後飲料水の問屋として発足致しました加藤商店の営業を継承致しまして、新たな構想と抱負の下に弊社の歴史が始まったのであります。

顧みますに当時の世相は終戦時の虚脱状況より抜けきれず人心とみにすさみ、また極度のインフレの過渡期でもあり、希望も前途も無く、只喰うがために働く全く惨憺たる時代で、その悪条件の中を我々全従業員は歯を食いしばって努力を重ねて参ったのであります。

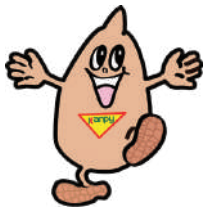
炎天下のラムネの配達、酷寒深夜のうどんの製造、当社の従業員各位の御苦勞を想起し只感慨無量であります。

弊社の業績は創立以来一年の後退も無く、一回の赤字も無く資本の蓄積と業績の躍進を常に堅実に歩みつけて参ったのであります。(後略)」

はじめに

今年度は、加藤産業のサステナビリティに関する取組みを推進するにあたって特定された4つのマテリアリティ(重要課題)を掲載しております。来年度以降は、マテリアリティに対する目標や取組み項目も併せて掲載していきます。

ステークホルダーの皆様が、本報告書を通して当社グループへ理解を深めていただければという想いで編集いたしましたのでぜひご覧ください。



参考ガイドライン等

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

対象期間

- 2020年10月～2021年9月(2021年度)
- ただし、必要に応じて、2021年度以前、2021年度以降の活動内容も含んでいます。

加藤産業グループのあゆみ

加藤産業株式会社が設立されたのは、1947年8月22日です。

終戦直後飲料水の問屋として発足した加藤商店の営業を継承し、新たな構想と抱負の下に弊社の歴史が始まりました。

設立以来、当社では社是の「生販両層にとって最も価値ある存在」となるべく今日まで実績を積み上げてきました。

今後も皆さまの視点に立った安全・安心で価値ある商品を提供し「豊かな食生活」に貢献していきます。



社会の変化とともに

2002年
新商流システム「KOSMOS」導入

2003年
環境管理部開設

2004年
「ISO9001」、「HACCP」の認証を上郡工場にて取得
東証、大証両市場第一部銘柄に指定替え

2005年
KATOグリーンウッド基金設立

2006年
「ISO14001」の認証を全社で取得

2007年
「環境報告書」発刊



2008年
「加藤グループ行動規範」制定

2009年
初めて太陽光発電設備を設置

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

2013年
女性社員による商品開発
「西宮なでしこプロジェクト」発足
法務コンプライアンス部開設

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

2018年
CSR推進部開設

2019年
コンプライアンス
推進週間開始

KATO
流通を最適ソリューション
Sustainability

1945年
飲料水卸商「加藤商店」創業

1947年
株式会社に改組し「加藤産業株式会社」設立

1945

1960

1970

1980

1990

2000

2010

2020

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
上郡工場開設



1984年
料理人発売



1985年
生活派発売



1997年
GREEN WOOD
手造りジャム発売



2005年
カンピー紙カップジャム発売



2008年
プロッシモ発売



2009年
ムッティ発売



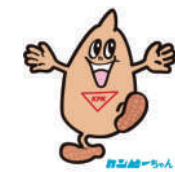
2016年
カンピー780gジャム リニューアル
ユニバーサルデザイン瓶を採用



2019年
ベルトーリ発売



2019年
カンピーちゃんリニューアル



2016.9～2019.11

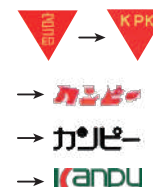


2019.12～

自社ブランド商品の歴史

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

1956年
カンピー発売
関西ピーナツバター(株)より「カンピー」誕生
ピーナツバター(袋タイプ)発売



1971年
乾物事業部開設(現乾物部)

1978年
ペズロ発売



1986年
GREEN WOOD発売
健康食品ブーム、味や香りなど本物志向の
高まる時代背景のもと、GREEN WOODが誕生
果実缶詰シリーズ発売



TOP MESSAGE



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、
グループの持続的成長を目指します。

加藤産業グループの在り方

当社の社是にある「周囲の人々」とは、株主・従業員とその家族・得意先・仕入先、さらに当社の製品を愛用して下さる消費者等、利害関係を共にする全ての人々であると表明しています。中でも、顧客がいなければ会社は成り立たず、従業員がいなければ顧客の創造もできないという意味で、顧客と従業員の両輪が重要であると考えています。

ステークホルダーに、“豊かな生活”を送っていただくため、加藤産業グループがどのような存在であるべきかを考えると、企業は「人の集まり」であることから、企業を構成する従業員一人ひとりが正しく生きるとともに、人が正しくあることに親和性をもつ会社である必要があるでしょう。

「食」と自然環境のつながり

近年、ESGやSDGsに対する社会的な関心が高まる中、当社でもESGの一部の課題について取組みを行っています。ESGにおける課題を意識しつづけることで当社のサステナビリティが向上し、将来的にはSDGsの目標達成に貢献できるはずです。

SDGsには、3つの視点があると考えています。自然環境を健全に保つこと、人の働き方を健全に保つこと、そして働き方を含めて社会を健全に保つという3つの視点です。当社は、食品のみならず「食」自体を存在基盤としており、「食」は自然環境と密接につながっています。「食」の源は、必ず一次産業に、そして一次産業の基盤である自然環境に遡るため、地球の自然環境を健全な状態に保つよう努力していかなければ、当社のビジネス基盤は徐々に失われてしまうでしょう。

加藤産業のサステナビリティ

サステナビリティについては、重要な取組み事項として「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つの領域をマテリアリティとして設定し、取組みを進めていく所存です。

「脱炭素」については、カーボンニュートラルという言葉が世界的にも、また国内的にも大きなテーマとして取り上げられるようになっていますが、当社も物流を中心として大規模な二酸化炭素等の排出をしている現状があり、サプライチェーン全体の脱炭素化のために、どのような貢献ができるのかを考えていかなければなりません。

「フードロス&ウェイスト」についても、世界的に大きな課題となっている中、まさに当社のドメインとなる領域であるため、家庭用食品の廃棄量削減に向けて、どのような形で貢献していけるのか前向きに検討していきたいと考えております。

さらに「資源循環」については、海洋プラスチックを含めて大きな問題となっています。特にペットボトルなどは、我々の

業界でも多大な使用量となっています。現段階で、はっきりと課題解決の方策が見えているわけではありませんが、環境負荷を低減するために、プラスチック問題や紙資源についての取組みも着実に進めて参ります。

そして「多様な人財の活躍」については、より働きやすい、または働きがいのある職場として、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よう取り組んでいきたいと思います。

今まで見てきた風景の中で答えを探すのではなく、発想の転換を働きかけ、会社としての仕掛けや取組みを含めて検討して参ります。

代表取締役社長 **加藤和弥**



Sustainability

加藤産業グループは以下の4つのマテリアリティを特定いたしました。



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

脱炭素

基本的な考え方

地球温暖化が進むと、気温が上昇するだけでなく地球全体の気候が大きく変動します。既に世界各地では、その様々な影響が現れ始めており、自然環境や人々の暮らしにも重大な問題を引き起こしています。こうした問題は、温暖化への対策を十分に行わない場合、さらに深刻化し、このままの経済活動を続けた場合には、100年後には4℃前後気温が上昇するとされています。

このような状況を踏まえ、2015年に開かれた「国連気候変動枠組条約締約国会議」において、パリ協定が採択された次のような世界共通の長期目標が掲げられています。

- 世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をする
- そのために、できるかぎり早く世界の温室効果ガス排出量をピークアウトし、21世紀後半には、温室効果ガス排出量と吸収量のバランスをとる

また、国内においては2020年10月26日に菅首相(当時)による所信表明演説が行われました。その中で、「2050年にカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指すこと」が宣言されました。その後2021年4月に、2050年のカーボンニュートラルと整合させた野心的な目標として、2030年に温室効果ガスを2013年度から46%削減することを目指すこと、さらに50%の高みに向け挑戦を続けることが表明されました。

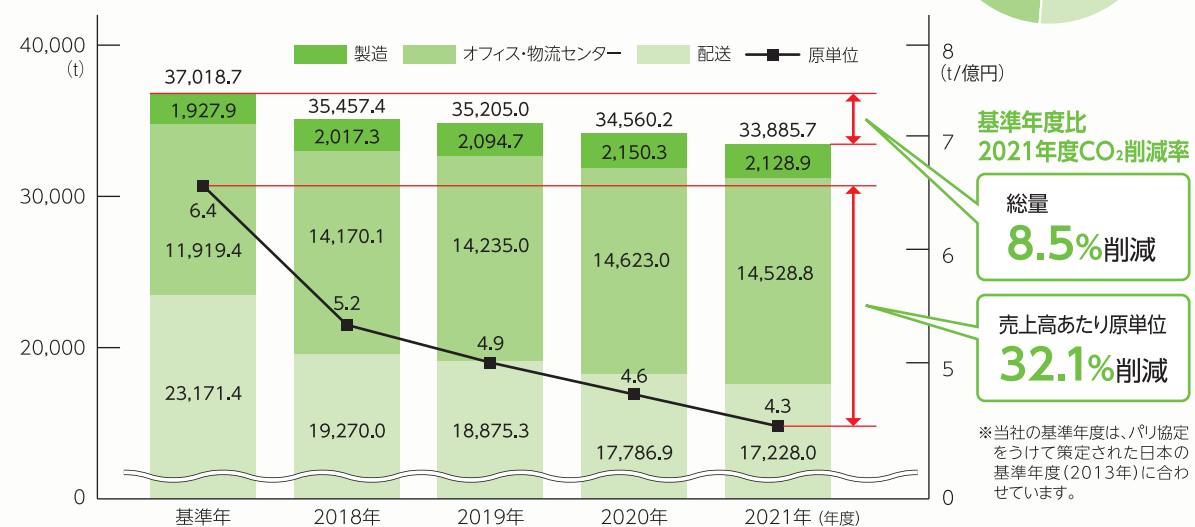
2021年11月にイギリスのグラスゴーで開催されたCOP26(国連気候変動枠組条約第26回締約国会議)では、「グラスゴー気候合意書」が採択されました。同合意書では、2100年の世界平均気温の上昇を産業革命前に比べて1.5℃以内に抑える努力を追求することが盛り込まれました。また、全ての国連加盟国は、2022年に2030年までの排出目標を再検討し、強化することで合意しました。さらに、パリ協定の実施指針についても、未決定要素だった同協定6条(市場メカニズム)に関する基本的な基準について合意に達し、これによってパリ協定は完全に運用されることとなりました。

当社グループのサステナビリティに関するマテリアリティの一つとして「脱炭素」を特定しました。今後は、様々な取り組みを進め、SDGsの7番「エネルギーをみんなに、そしてクリーンに」および13番「気候変動に具体的な対策を」に貢献できるよう、脱炭素社会の実現を目指します。

エネルギー使用に伴うCO₂排出量の削減

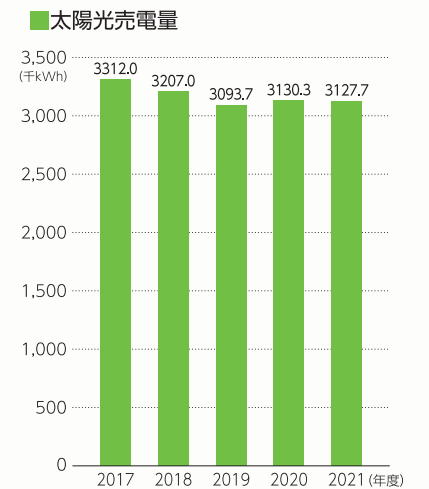
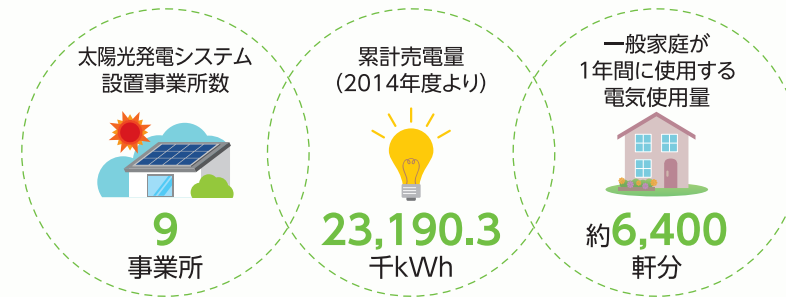
当社では、2013年度を基準年度とした中期目標を設定し、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。また、2018年度から「オフィス・物流センター」の照明設備のLED化に取り組んでいます。

CO₂排出量削減状況



再生可能エネルギーの創出

再生可能エネルギーを創る取り組みを推進することにより、総合的なCO₂排出量の削減に取り組んでいます。



フードロス & ウェイスト

「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」の「日本プロジェクト」への参加

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

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

※地球の環境と開発の問題に関する政策研究と技術的支援を行う独立した機関で、1982年設立。本部はワシントンDC。

日本プロジェクトにおける当社目標

2018年度(2018年4月~2019年3月)を基準年度として、

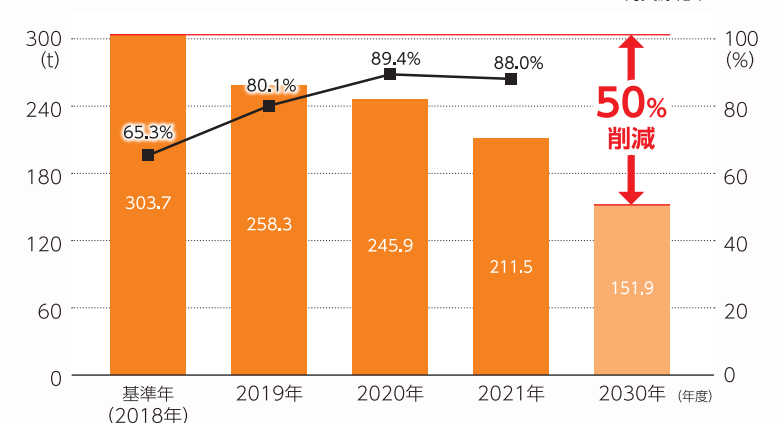
2030年に50%削減

2021年度実績

(2021年4月~2022年3月)

排出量 **211.5t**
 基準年比 **30.4%削減**
 再資源化率 **88.0%**

フードロス排出量と再資源化率の推移



"もったいない"を"ありがとう"に フードドライブ

会社としてのフードバンク活動への取り組みだけではなく、従業員自ら参加してもらうことで、食品ロスに対する意識の向上を図るために、本社でフードドライブを実施しています。2021年度から、本格始動することができ、従業員の食品ロスに対する意識が徐々に向上していると感じられます。



資源循環

良好な環境の維持と持続的な経済成長を両立する経済社会を実現していくためには、従来の社会システムを転換し、有限な資源を効率良く利用し、環境面の制約に適切に対処できるようなシステムを産業活動や経済構造のあらゆる面に導入し、環境と経済の融合が図られる新たな「資源循環型社会」を構築することが急務となっています。

資源循環の観点から、当社の物流センターで排出される段ボール等の古紙類やストレッチフィルム等の資源プラスチックの再資源化を推進しています。段ボール等の古紙類は100%再資源化を図っています。今後は、再資源化された古紙類を製紙メーカーおよび段ボールメーカーと連携し、自社ブランド商品の包装材として使用する取組みを進め、サーキュラエコノミーに資するスキームの構築を進めていきます。

	 プラ 類	 紙 類
排出量	271.9 t	8,228.2 t
再資源化量	235.3 t	8,228.2 t
再資源化率	86.5 %	100.0%

環境 マネジメント

環境マネジメントシステム

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、様々な取組みを推進しています。



環 境 方 針

1. 基本理念

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食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求め、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、健康で豊か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ために、「流通を最善ソリューション」のローゴレートメッセージのもと、持続可能な社会発展の基礎となるべき地球環境に優しい企業活動を実施してまいります。

2. 基本方針

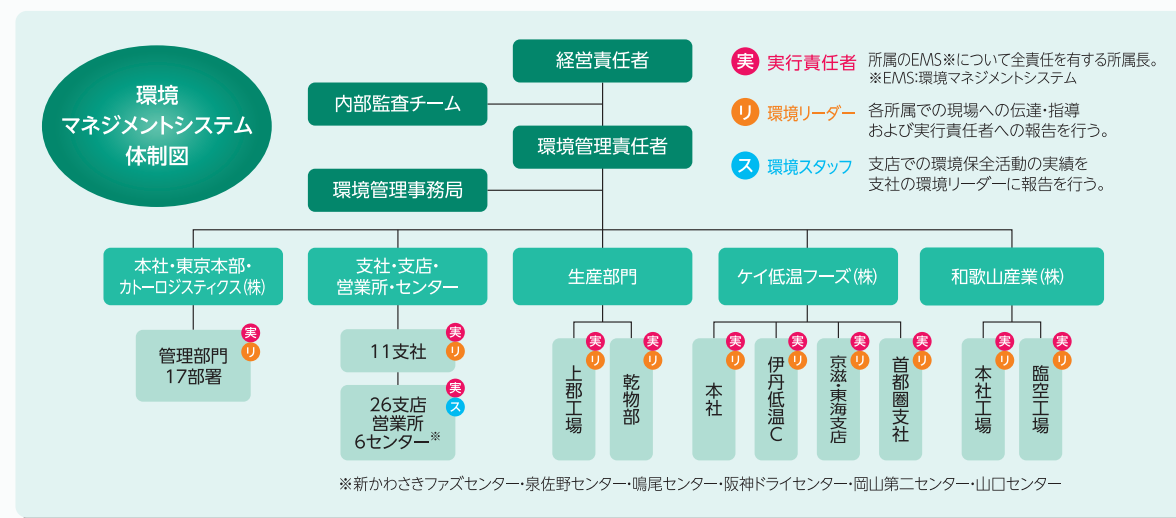
私たちは、永続的に「豊かな食生活」を提供し続け、持続可能な社会の達成に貢献するために、以下の方針に基づき企業活動を行います。

- ① 環境目標を設定し、環境保全活動を実施します。併せて、環境汚染の予防及び食糧生産に影響を及ぼす気候変動への対応等に取り組み、環境パフォーマンスを向上させるとともに、環境マネジメントシステムの継続的改善を行います。
- ② 運用可能な環境法規及び同意したその他の要求事項を遵守します。
- ③ 環境保全活動として、下記項目に意図的に取り組みます。
 - ＜地球温暖化対応＞
 - ・事業所における電気使用量の削減
 - ・効率的な物流システムの構築による燃油使用量の削減
 - ・生産活動におけるエネルギー使用量の削減
 - ＜資源型社会構築＞
 - ・適切な廃棄物処理による産業廃棄物の発生抑制
 - ・適切な分別による包装物等の再生利用
 - ＜社会貢献活動の推進＞
 - ・企業と従業員が一体となった社会貢献活動の実施

④ この環境方針は従業員に周知徹底するとともに、社外にも公表します。

平成 16 年 3 月 1 日 制定
平成 28 年 10 月 1 日 改訂
加藤産業株式会社

取締役社長 加藤和伸



外部認証機関による審査と結果

ISO14001認証維持のため、一般財団法人日本品質保証機構(JQA)による年1回の定期審査を受けています。

改善が推奨される事項に関しては、それぞれの改善方法を検討し、手順等を変更することにより、マネジメントシステムの継続的改善を図っています。



JQA-EM4237



2021年度の結果

	大いに評価できる取組み	1 件
	評価できる取り組み	2 件
	改善が推奨される事項	7 件
	不適合	0 件

環境法規制遵守状況

当社グループでは、「環境測定管理規程」に則り、部署ごとに環境関連法規制の遵守状況の評価・把握しています。また、内部環境監査時にも遵守状況の確認を行っています。

2021年度も環境関連法規制に関して法令違反や環境に影響を与える事故の発生はありませんでした。

内部環境監査の実施

ISO14001の認証事業所では、外部審査機関による審査とは別に内部環境監査を定期的に実施しています。「内部環境監査規程」に則り、客観性や独立性を担保するために、CSR推進部が実施しています。

毎年5月に内部環境監査を実施していましたが、2021年度は、新型コロナウイルスの影響で、緊急事態宣言が発出されたことにより、各事業所を訪れて監査することが困難であったため、リモートワークツール(Microsoft Teams)を活用するとともに、監査を効率的に実施するための「リモート監査マニュアル」の作成や監査当日に確認する資料(記録等)や画像を事前にアップロードする仕組み等を構築することにより、事業所を訪れることなく内部環境監査を実施しました。

環境リスクへの対応

当社では、事業活動に伴って発生する産業廃棄物について、収集運搬業者および処分業者の選定と継続的な管理、マニフェスト伝票(産業廃棄物管理票)の適切な運用を徹底し、適正に処理を行うよう努めています。

特にマニフェストの適切な運用を行い、産業廃棄物処理における遵法性を高めていくために、電子マニフェストを導入し、その運用を徹底しています。

また、排出事業者責任を果たすために、各事業所で委託している処分業者について、現地確認を定期的に行い、「契約書等の帳簿類の適正管理」「産業廃棄物の搬入・保管時の飛散・流出の有無」「保管基準の遵守状況」等を確認しています。2021年度は、新型コロナウイルスの感染拡大により、現地確認を実施することは出来ませんでしたが、新型コロナウイルスが収束したら、排出事業者責任を果たすため現地確認を再開します。

多様な人財の活躍

当社グループは、国籍・信条・性別・社会的身分によって差別することのない公平な雇用を基本としています。

また、卸売業にとって、人財こそが持続的に企業を成長させるうえで、最も重要な資本であると考えています。個人の充実した仕事と生活の両立を実現するために、多様な価値観・ライフスタイルを尊重したワーク・ライフ・バランス支援を積極的に推進します。

雇用に関するデータ

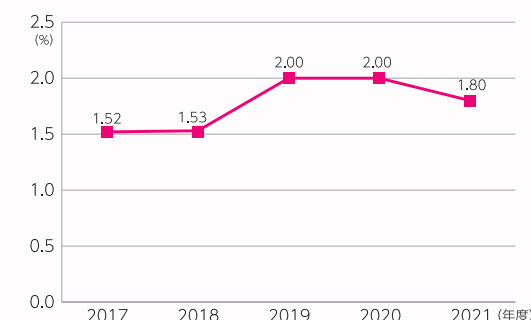
	2019年度	2020年度	2021年度
正社員 合計	1,067人	1,105人	1,124人
男性	819人	836人	838人
女性	248人	269人	286人
正社員平均年齢	40.18歳	40.36歳	40.64歳
男性	41.51歳	41.76歳	41.99歳
女性	35.78歳	36.00歳	36.70歳
正社員平均勤続年数	15.60年	15.39年	15.42年
男性	17.28年	17.18年	17.30年
女性	10.07年	9.86年	9.93年
新卒採用数	53人	49人	48人
中途採用数	37人	47人	19人
育児休業者数	19人	16人	20人
介護休業者数	0人	0人	0人
再雇用者数	15人	12人	15人

再雇用制度

本人が希望すれば定年退職後も65歳まで働ける再雇用制度を導入しています。再雇用された方は、それぞれのキャリアを活かしながら業務に従事しています。

障がい者雇用率

当社の障がい者雇用率は、2021年9月30日時点で1.80%となっています。



since 2013 西宮なでしこプロジェクト

女性が満足でき、 思わず買いたくなる商品を作りたい！

近年、女性の社会進出が進み、女性が活躍する機会が増えています。消費者目線・女性目線で今までにない商品を開発しようと2013年5月に本社に所属する女性5名でプロジェクトを発足いたしました。

様々な業務に携わる女性メンバーが日々意見交換を行い、「消費者の視点に立ち、思わず買いたくなる商品」という想いで商品作りをしています。

女性のニーズ <KEY WORD>

- オシャレ
- 健康・栄養
- 使いやすさ
- 汎用性
- アレンジ
- 手軽・簡単

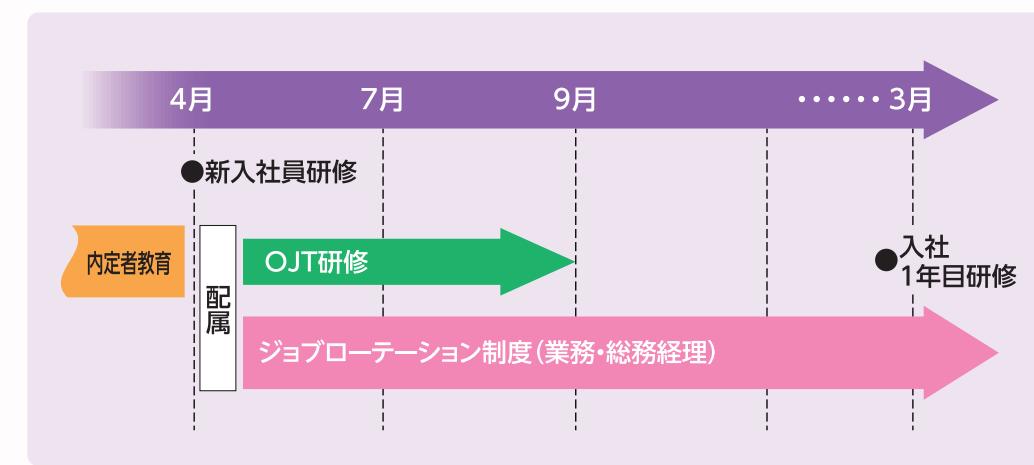
よくばり
Deli

「おなかまんぞく ころもまんぞく」をコンセプトに、「忙しくてよくばりな女性」を応援する商品です。



スキルアッププログラム

内定者・新入社員研修制度



従業員一人ひとりが持つ能力・個性を十分発揮できるよう、各階層に応じた研修を実施しています。

▶ 今後も多角的な能力を持った人材の育成を図り、組織全体のさらなるレベルアップをめざします。

ナレッジマネジメントコンクール

2021年9月、第5回目となるナレッジマネジメントコンクール全国大会をオンラインにて開催し、各支社選考会から選出された17案件を発表しました。

「ナレッジマネジメントの促進」のための取組みの一環として行った同コンクールでは、ユニット全員で取組んだ知識や情報共有に関する具体的な活動、そこから生み出された成果などをユニットマネージャーが発表し、厳正な審査の結果、優秀賞と特別賞には表彰状と副賞を贈呈しました。

提案型営業成果発表コンクール

2021年3月、オンラインにて「2021年度提案型営業成果発表コンクール全国大会」を開催しました。

全国各所属・各ユニット内の提案による営業成果やそのノウハウなどの知識共有を進め、ユニットのナレッジマネジメントの推進を図るとともに、営業機能として提案力を上げていくことを目的に、2019年10月から2020年9月までの営業活動よりエントリーされた183案件から、支社選考会・地区予選会を経て選出した計30案件を発表しました。

各部門において、厳正な審査の結果、最優秀ユニット賞ならびに各部門優秀賞・特別賞を決定し、受賞者へ表彰状と副賞を贈呈しました。

営業スキルアップ研修

2020年10月から2021年4月にかけて、外部講師を招いて全16コースにおよぶ営業研修を行いました。

担当者クラス、SA、主任クラス、係長クラス、課長・専任課長クラスの営業担当、ユニットマネージャーを対象に各コースに分かれ、「自律的に問題を見つけ自分で考え行動できる」人材の育成を図りました。

次世代マネージャー研修

新任の管理職層を対象とした「次世代マネージャー研修」を実施しました。

計3回のコミュニケーションとリーダーシップに関する研修を通じて、チーム全体およびチーム各員の目的達成を支援するリーダーとなるためのスキル獲得を目的としています。

ワークライフバランス

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。

育児短時間勤務制度

育児休暇

時間単位有休制度

子の看護休暇

介護休暇

従業員の声

育児休暇を取得し、職場復帰いたしました。



ブランド事業部 商品企画部

坂尾 瑞貴

育児休暇を取得してよかったこと

育児休暇中は、時間に余裕ができたことで、出産直後の身体のケアと育児に専念でき、心にゆとりを持てました。

赤ちゃんを育てるという精神的なプレッシャーも軽減され、育児をより楽しむことができました。また、私生活に無理が出ない保育園選びにも時間を充てることで、復職への準備に繋がりました。

これから育児休暇を検討される方へ

出産と育児は誰しも一大事です。自分自身の体や心を大切にするために、育児休暇を取得することも一つの選択肢だと思います。

育児休暇明けに職場復帰することへの不安はありましたが、皆さまのおかげで温かく迎え入れていただきました。

もちろん、上司には然るべきタイミングでの報告、きっちりとした引継ぎの対応、自分なりの配慮と努力をしていきたいと思います。

福利厚生

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

制度の名称	制度の概要
持株会	毎月一定額を給与・賞与から天引きし、加藤産業㈱の株式を購入する制度です。購入金額に応じて奨励金が会社より付与されます。
財形預金	資産形成の目的に応じ一般財形預金・財形住宅預金・財形年金預金から選ぶことができます。残高に応じて奨励金が付与されます。※財形住宅預金と財形年金預金を合わせて、元金合計550万円まで利息は非課税
企業型確定拠出年金	加入者の自己責任にて拠出した資産の運用を指図し、高齢期における資産の確保に係る自主的な努力を支援することを目的としています。
企業年金基金	確定給付企業年金法に基づき、基金の加入者等の老齢、死亡または脱退について給付を行い、加入者およびその遺族の生活の安定と福祉の向上を図ることを目的としています。
ライフプランセミナー	定年後の生活と家計プラン、年金について、社会保険・雇用保険についての項目を中心に理解を深めていただくことを目的としています。
永年勤続者表彰	勤続15年と勤続25年の社員および無期パートタイマーに対して表彰を行っています。
ベネフィット・ステーション	会員制割引サービスの「ベネフィット・ステーション」と法人契約をしています。

従業員の
心も身体も健康に



健康診断

労働安全衛生法に基づき、年に1回定期健康診断を実施しています。健康診断結果は、従業員に通知され、異常の所見がある従業員は、必要な措置をとっています。

メンタルヘルスケア

当社グループでは、従業員とその家族の心の健康の保持増進のために、外部のメンタルヘルス相談窓口を設置しています。専門家のカウンセリングにより、メンタルヘルス不調の予防と早期回復を図ります。

ストレスチェック

労働安全衛生法に基づき、年に1回外部機関によるストレスチェックを実施しており、その結果をもとに組織分析も行っています。



新型コロナウイルス対応



新型コロナウイルス感染拡大の影響で、企業に対してテレワークや時差出勤が推奨されたことにより、リモートワークツールの拡充を図り、従業員の感染防止に努めました。
また、出社した際にも感染拡大を防止するために、社内に飛沫防止のためのアクリル板を設置し、こまめな換気や電解次亜水での消毒を徹底しています。

コロナワクチン接種の特別休暇の導入

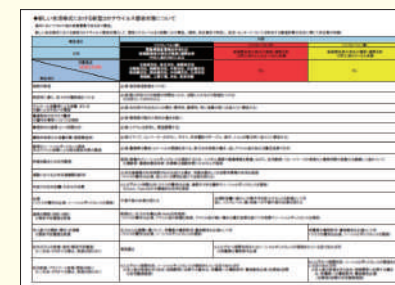
新型コロナウイルスワクチン接種を希望する従業員が、安心して、かつ円滑に接種を受けられるよう、就業時間内での接種が認められています。
また、接種後の副反応が出た場合の備えとして特別休暇が導入されました。

リスクレベルの設定

国内においてコロナ禍が収束するまでの間、新しい生活様式における新型コロナウイルス感染対策として、当社独自の感染リスクレベルを3段階に分けて設定しています。原則、支社単位で判定し、支店・センターについては所在する都道府県の状況に準じて支社長が判断しています。



▲新型コロナウイルス感染対策ポスター（社内掲示中）



新型コロナウイルスに関する情報の配信

2020年4月より、定期的に新型コロナウイルスに関する情報の配信を行っています。業務上だけでなく、従業員の身体や心に関するトピック等様々な関連情報を取りまとめています。
情報を共有することで、新型コロナウイルス感染対策および新しい生活様式への対応につなげています。

食の安全・安心

当社グループは、「食品」に携わる企業として、「安全で良質な食品の安定供給」が重要な社会的責任であると考えています。

また、当社グループは、食品を扱う卸売業であると同時に、食品製造工場を所有し食品メーカー機能も有するため、食品

の安全性、品質を経営の重要課題として捉え、品質保証部や品質管理部門が、食品事故の発生防止、適正な食品表示の作成に取り組んでいます。

品質管理システム

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

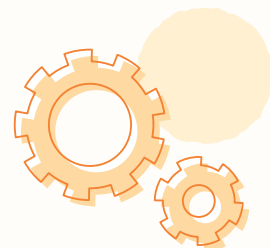
また、各製造工場では国際規格の認証を取得し、国際的な仕組みに則った品質管理体制を構築し、品質管理の徹底を図っています。

製造拠点	認証取得規格
上郡工場	ISO9001
	HACCP
和歌山産業株式会社	ISO9001
	HACCP
兵庫興農株式会社	FSSC22000

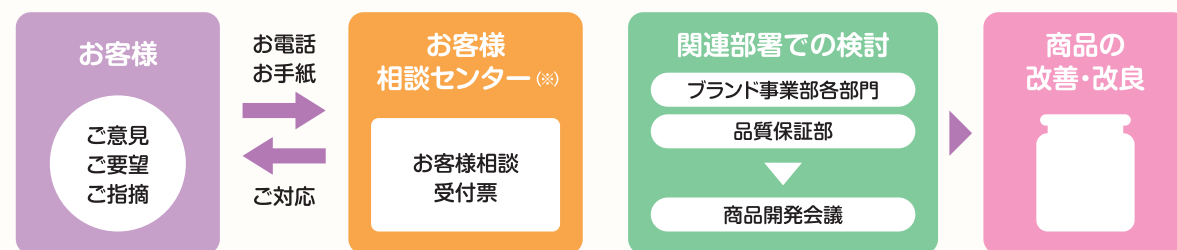
工場監査

自社工場ならびに製造委託工場では、160項目におよぶ「製造工場点検調査票」に基づき、製造設備、従事者の衛生管理、製造管理、品質管理を自己診断する仕組みを構築しています。さらに、品質保証部を中心とした関係各部門が各工場を訪問し監査しています。その結果、改善が必要な事案が発生した場合は、工場側への指導および対応策を協議し、品質管理レベルの向上を図っています。

新型コロナウイルスの感染が拡大するなか、直接工場を訪問し監査することが困難となったため、2020年度からは、従来の訪問監査に加えて書類による監査と、オンラインによるリモート監査を実施しています。

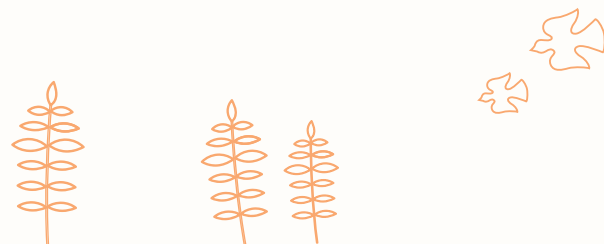


お客様相談センター



※フリーダイヤルの導入を始めました。

お客様の声を商品に反映



ジャム製造工程をのぞいてみよう

安全・安心な商品をお届けするために

食品を製造する企業の責任として製造工程のすべてに気を配り、安全・安心な商品づくりを徹底しています。

オンライン工場見学



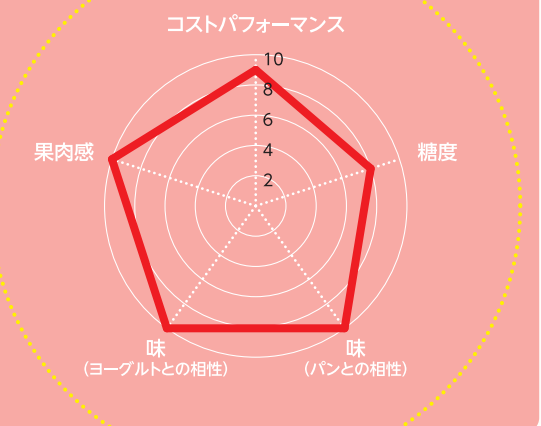
当社の製造拠点である上郡工場について、商品が出来上がるまでの動画を公開しています。



手造りジャムがTV番組『サタデープラス』においていちごジャムランキング第1位を獲得！



2021年5月に、MBS毎日放送『サタデープラス』の人気企画「ひたすら試してランキング」において、いちごジャムのおすすめランキングが発表され、当社の「GREEN WOOD手造りジャム いちご」が見事第1位に選ばれました。



※番組内の点数をもとに、当社にてチャートを作成。

加藤産業グループ

環境・社会に配慮した 自社ブランド商品紹介

当社は、卸売業でありながら、
豊富な自社ブランド商品を取り揃えております。
その中から、環境・社会に配慮した商品の一部をご紹介します。

「がんばろう日本」復興支援商品

2011年3月に発生した東日本大震災をきっかけに、被災された方々を支援するための復興支援商品「カンピー780gジャム」を2011年6月から製造・販売しております。現在は、商品の売上から1個当たり3円を災害時の医療救護や被災者支援活動などの活動資金として寄付しています。

今後も被災地の復興を願い、ご購入いただいたお客様のお気持ちと義援金をお預かりし、日本赤十字社を通じて寄付させていただきます。これからも被災された皆さまのお役に立てるよう全力で取り組んでいきます。

有機ジャム

食の安心・安全が注目されているなかで、原料にこだわった商品として開発しました。有機原料は農薬や化学肥料に頼らず、環境への負荷をできる限り低減した栽培管理方法を利用した農場において生産しています。



水性インキの使用

水性インキは、有機溶剤の代わりに水を主に使用したインキです。

大豆ミート

カンピーブランドより、「大豆ミート」を新発売しました。世界中で注目を集める植物由来の新商品が登場です。

よりヘルシーで体にいいものという健康志向に加え、環境問題や食糧問題の観点から今注目のアイテムとなっております。ミンチタイプの大豆加工食品で、水で戻すと約3倍の大きさに膨らみます。大豆臭さが少なく、まるでお肉のような食感が楽しめる、食べ応えのある商品です。ひき肉の代わりとして様々な料理にご使用ください。

ふんわりホイップシリーズ

トランス脂肪酸は、過剰摂取が冠動脈疾患のリスクを高めるとされています。そのトランス脂肪酸の低減に向け、「カンピー ふんわりホイップ」シリーズおよび「カンピー シュガートーストスプレッド」では、トランス脂肪酸の原因となる「部分水素添加油脂」を使わない商品づくりに取り組んできました。

2019年度より、当社の「カンピージャムサイト」において、トランス脂肪酸に関する基本情報、ならびにトランス脂肪酸低減の取り組みを紹介するページを公開しています。



バイオマスインキの使用

多くの商品ラベルの印刷に、「バイオマスインキ」を使用しております。バイオマスインキとは、樹木や種子、米ぬか等の再生可能な植物由来成分を一部使用したインキです。

一般的なインキに用いられる原料は、枯渇資源である石油由来のものです。一部をバイオマス（植物由来）

原料に置き換えることで、石油資源の使用量抑制に繋がります。

また、植物は成長する過程でCO₂を吸収するため、使用後にパッケージが廃棄され焼却されたとしても、自然界を大きくとらえた時に全体としてはCO₂の量が増加しない、「脱炭素社会」への取り組みでもあります。

蔵王高原農園®

グループ会社の和歌山産業株式会社が展開している蔵王高原農園ブランドでは、既存の商品のなかでもバイオマスインキを採用していますが、今後開発する商品すべてにバイオマスインキを使用していきます。



卓上味のりシリーズ

商品ラベルは、「はがしやすいうラベル」を採用しております。水に浸け置く必要もなく、ラベルをはがすことができますので、食べ終わった後のごみの分別、廃棄も簡単です。



みたらし気分 / 黒みつ気分



※写真は、一部商品です。

自社ブランド商品に対し、
今後は以下の4つの環境目標への取り組みを進めていきます。

1. 環境負荷の少ないインキを使用した包装資材の使用
2. FSC認証紙の使用
3. パーム油の調達見直し
4. 賞味期限見直しと年月表示の移行推奨

ステークホルダーの 皆さまとのコミュニケーション

西宮市の皆さまと

地元西宮市の教育委員会と当社が協力し、子供たちがより本に触れ合う機会をもち、読書を通じて豊かな人間に育ってもらおう一助として2021年4月、西宮市立の小学校(全41校)に通われている小学生に読書した記録を付ける「読書手帳」をプレゼントさせていただきました。



本が
すきになった
楽しくなる

西宮教育委員会

読書の「足跡」として活用し、
本を介したコミュニケーションに
役立っています。



西宮教育委員会 教育研修課
ご担当者様

Q. 読書手帳はどのように活用されていますか

児童が読んだ本の題名や感想を書き溜めていく、読書の「足跡」として活用しています。記録をしていくことで、読書をすればするほど読んだ本の数が増えていくのが、目に見えてわかります。児童自身が、記録をもとに読み終えた本の内容を振り返り、友達と面白かった本について交流し、友達にお薦めしたい本を見つけるなど、学習や本を介したコミュニケーションにも役立っています。

Q. 読書手帳を配布して、生徒さんにどのような変化がございましたか。

読書手帳に記録をすることで、読み終えた後ももう一度本の内容を振り返ったり、今までの記録を読み返したりして、1冊を何度も読み味わうことが増えました。ページごとにカンピーちゃんシールを貼ることを励みに本を読み達成感を味わったり、記録ページに記載されているミニクイズを読んで答えに驚いたりする姿も見られます。喜んで本を手取る子どもたちは、読書の習慣を身に付け、生涯にわたり読書に親しんでくれることと思います。

MBSベースボールパーク

2021年6月、阪神甲子園球場で開催された阪神対オリックス戦でのMBSベースボールパーク5月度月間MVP賞表彰式にて、加藤社長がCMスポンサー代表プレゼンターとして参加しました。受賞者の佐藤輝明選手に、賞金と副賞の「カンピー商品詰め合わせセット(1年分)」を贈呈しました。

「ベースボールパーク」MBSラジオ AM1179/FM90.6

カンピーブランドの周知拡大と地元関西のファン創りを目的として、阪神タイガースナイター中継の毎週金曜日に「カンピージャム」や「手作りジャム」等のCMが放送されました。



イベント協賛

2021年3月に、西宮市で開催された以下のイベントの参加者に、自社ブランド商品の提供をさせていただきました。

- スポーツクラブ21対抗家庭バレーボール大会
 - 子育て支援メッセ in 西宮
- これからも、地元西宮市の皆さまとの関わりを大切にしていきます。



▲「子育て支援メッセin西宮」ポスター

社会と

グリーンウッド基金



従業員が自主的に行うグリーン活動(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(GW基金)」を運営しています。GW基金運営の目的は、社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。

2021年度は、新型コロナウイルスの脅威に、医療分野で多大な尽力をいただいている医療従事者の方々を支援する目的で、緊急支援金として3団体を選定して寄付をしています。

累計 約5,700万円

- 新型コロナウイルス緊急支援金 公益財団法人日本財団
- 新型コロナウイルス緊急支援金 特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム
- 新型コロナ対策みやっこ元気寄付金

なお、2006年の基金設立からの寄付金の累計は約5,700万円となります。

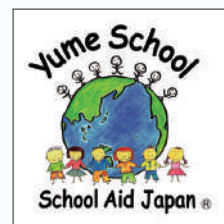


海外教育支援

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

なお、コロナ禍以来、カンボジア・バングラディッシュへの訪問はしていません。

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



各種回収活動



巻き芯

熱帯および亜熱帯地域の河口汽水域の塩性湿地に生息しているマングローブは、他の植物と比べ二酸化炭素の吸収量が多く、栄養豊かな海をつくることに欠かせない非常に大切な植物です。しかし「エビの繁殖地による乱開発」「薪炭材としての乱伐」「観光開発」などにより、減少しているといわれています。そうしたなか、当社では使い終わったテープの巻き芯を集め、「再資源化」することで廃棄物やCO₂の排出を削減し、その売却益をマングローブの植樹活動に役立てている「巻心エコプロジェクト」に賛同し、参加しています。



エコキャップ

当社グループでは、「誰でも手軽に始めることができる社会貢献活動」として、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。収集したキャップは再資源化業者、「認定NPO法人 世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)」を通じて、国境を越えて世界の必要とされる子供たちにワクチンとして届けられます。また、収集したキャップは再資源化を促進することにより、廃棄物とCO₂の排出抑制にも役立てられます。



ベルマーク

ベルマーク運動は、「すべての子どもに等しく、豊かな環境のなかで教育を受けさせたい」という願いから1960年に始まった社会貢献活動です。当社では、2015年よりベルマーク運動に参加し、集めたベルマークは岩沼小学校(宮城県)に寄贈しています。



お得意先様 お取引先様 と

2022 春 & 夏

新製品発表会 2年振りの開催

2022年1月に、神戸国際展示場にて「第45回2022 春&夏の新製品発表会」を開催いたしました。新型コロナウイルスの影響で、2020年1月の新製品発表会を最後に開催を中止していましたが、感染防止対策を徹底し、2年ぶりに開催が実現しました。

今回は、お得意先様約2000人が事前登録し、前回(2020年春夏)を7社上回る507社に出展していただきました。内訳は常温317社、低温75社、酒類115社です。出展アイテムは、5554点(うち新製品1545点)で前回より約450点増え、過去最多となりました。

新型コロナウイルス感染防止対策

入口

受付では、事前予約とバーコードスキャンによる入退出管理と、検温・消毒を徹底しました。



- ✓ WEBシステムにより非接触の受付を実現!
- ✓ 検温後シールが発行され、入場者全員が平熱であることを見える化!



会場内

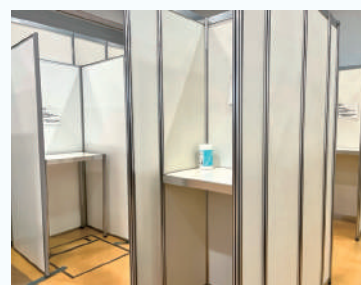
従来開催していた2号館に加えて1号館も会場として活用し、展示スペースを拡張しました。



会場内を複数のゾーンに分け、各ゾーンの入口に混雑状況をリアルタイムで表示させることで混雑を緩和いたしました。

試食

試食エリアを設置しました。



蓋つき容器に入れてお客様に取っていただくセルフ形式を採用し、各自試食スペースでのご試食を徹底しました。

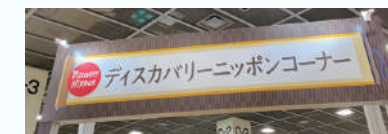


試食コーナーでは、黙食にご協力いただきました。



コーナー紹介

● ディスカバリーニッポンコーナー



▲各支店の推奨品など全国の地域産品を集めました。

● テーマコーナー



▲コロナ禍で人気を集めるキャンプ用の食材にスポットを当てました。

● Kanpyコーナー



▲Kanpyコーナーでは、ジャム・果実缶・デザート・乾物のほか、ムッチィ、ペルトーリなど、10個の切り口から新製品や売れ筋商品の提案・試食を実施しました。
人気フレーバー「白桃」の紙カップジャムや、沖縄産のパイナップルを一口サイズにカットした缶詰など新製品の訴求に力を入れました。

媒体紹介

「すきま時間をジャックする」Kato TV

Kato TVは、「すきま時間をジャックする」をコンセプトとした動画コンテンツを運用するプラットフォームとしてリリースしました。新型コロナウイルスの影響で、一気にデジタル化が進み、YouTube等のSNSにより動画がより身近なツールとなったと考えています。

そのため、動画を介して、より手軽に、短時間で「食」にまつわる情報をお伝え出来るコンテンツ作りを進めています。お得意先様が、常にKato TVから最新情報を得ているようなコンテンツに成長させていきたいです。



Kato TVを会場にて放映しました。さらに、いいね数ランキングも公開しました。



2022年春&夏新製品情報WEBサイト「KATO VIRTUAL EXPO」開催

2022年1月、2年振りとなる「第45回 2022 春&夏の 新製品発表会」の開催に伴い、「KATO VIRTUAL EXPO」も刷新しました。「KATO VIRTUAL EXPO」では、時間や場所に制限されず、新製品や販促などの情報を自由に供給・入手できるプラットフォームとして、当社オリジナル商品を含む約3300強の新製品およびPR動画、メーカー様ご提供の販促提案、当社オリジナル企画等の販促コンテンツを充実させています。

新製品発表会当日、気になった商品を後日「KATO VIRTUAL EXPO」上で、サンプル・見積もり依頼をしていただくなど、リアルとオンライン双方のメリットを活かしながら、お得意

先様への提案活動を支援しています。また、メーカー様ご提供の商品PR動画を表彰させていただく「KVE動画大賞」も引き続き行います。
本年度も、「KATO VIRTUAL EXPO」を通して、お得意先様、メーカー様の活動を支援していきます。



2022年春&夏新製品情報WEBサイト「KATO VIRTUAL EXPO」開催

消費者の皆さまと

人気動画メディア「TASTEMADE」との共同プロジェクト

当社は、2022年4月にライフスタイル動画メディア「TASTEMADE(テイストメイド®)」を運営するTastemade Japan株式会社との共同プロジェクトとして、4月20日の「ジャムの日」にちなみ、当社の「GREENWOOD 手造りジャム」を使用した「ダッチペイビー」のレシピ動画を、当社及びTASTEMADEの公式SNSにて公開いたしました。

※TASTEMADEは2012年にロサンゼルスで設立されたライフスタイル動画メディアです。2016年には日本法人としてTastemade Japan株式会社を設立、日本オリジナルコンテンツの制作・配信サービスを開始しています。

HP・SNSを通して

カンピー ジャムサイト



当社ホームページにおいて、自社ブランド商品の「商品情報」ページを設け、ブランド・カテゴリ別にお探しの商品を簡単に検索しやすくしています。

また、「カンピージャム」のウェブサイトも設け、皆さまの食生活を豊かにするための1品として、最新商品情報を発信しています。当社商品を使用した料理に関するレシピのご紹介やカテゴリ別のQ&Aをご用意し、商品をご愛用いただいています。

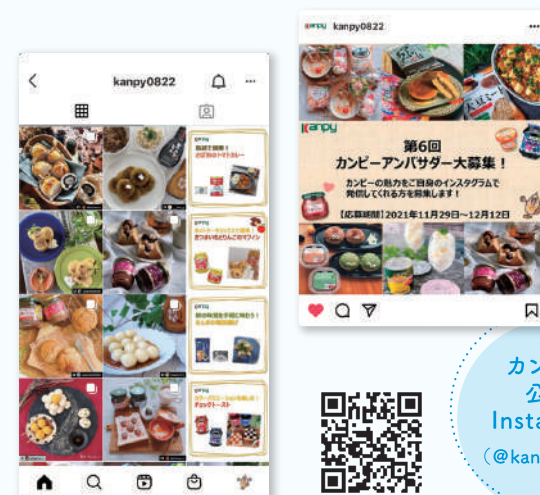
今後も、消費者の皆さまとのコミュニケーションを大切にしています。

「カンピー」公式Instagramにて アンバサダーを募集

「カンピー」ブランドでは、人気SNS「Instagram」に公式アカウントを開設しています。

商品の紹介やアレンジレシピの提案など、より多くのお客さまに「カンピー」ブランドの魅力を知っていただけるよう情報を発信して参りますので、ぜひご覧ください。

カンピー商品を使って、商品の魅力の探求や発信を一緒にして下さる方を募集し、アンバサダーになられた方には、当社ブランド商品を使ったレシピをInstagramで投稿、拡散していただいています。



カンピー
公式
Instagram
(@kanpy0822)

CSR推進部 公式 Instagram (@katosangyo_csr)

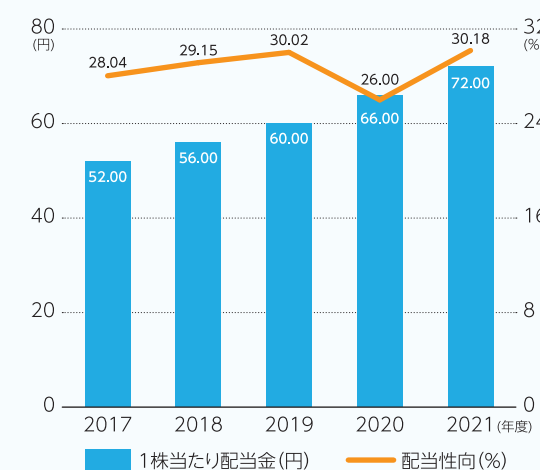


2020年10月に、Instagram・TwitterにCSR推進部の公式アカウントを開設いたしました。SNSを活用することで、タイムリーに情報をお伝えできるようになりました。

株主・投資家の皆さまと

当社は、株主の皆さまへの利益還元を経営の重要政策と認識し、収益力の向上と財務体質の強化を図りながら、安定的かつ業績に見合う適正な配当を維持することを基本方針としています。この方針に基づき、2021年度の期末配当については、当初予想通り普通配当1株につき36円としました。これに伴い、中間配当36円と合わせた年間配当は1株につき72円となりました。また内部留保については、経営基盤のさらなる強化に向けて、物流機能の充実、情報システムの高度化および新規事業投資等に活用します。

配当金・配当性向の推移



株主基本情報 (2022年4月現在)

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
会社が発行する株式総数	72,000,000株
発行済株式総数	38,153,115株
1単元の株式数	100株
株主数	6,462名(2021年9月末現在)

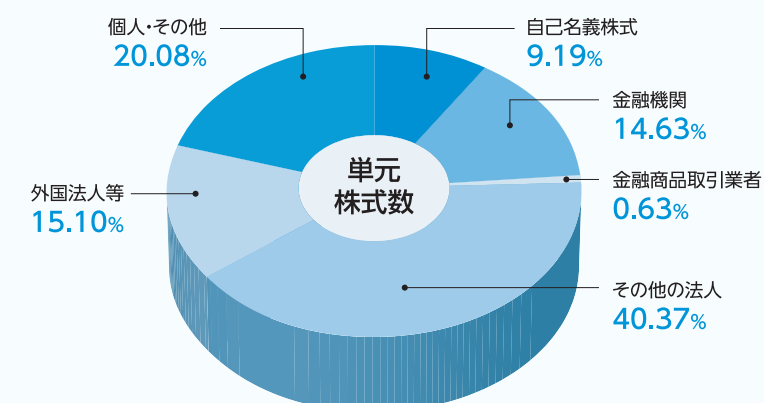
株主優待制度

毎年3月末日(中間期末)現在の株主名簿に記載された1単元(100株)以上保有される株主さま1名につき、当社オリジナル製品「GREEN WOOD手造りジャム」1セットを贈呈しています。

家庭で作るように、果実を糖と果汁のみで煮詰めています。果肉たっぷり、当社が自信を持ってお勧めする製品です。



所有者別分布状況 (2021年9月末現在)



コーポレート・ガバナンス

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組んでおり、そのため取締役の任期を1年とするとともに、社外取締役を設置しています。また、取締役の業務執行を厳正に監視するため、監査役についても、その半数以上を社外監査役としています。

コーポレート・ガバナンス体制の概要

代表取締役社長加藤和弥を議長とする取締役会は取締役9名および社外取締役3名の計12名で構成され、経営に関する決定機能と業務執行機能を分離し、意思決定の迅速化と取締役の責任の明確化を図るための執行役員制度を採用することで、環境の変化に即応することができる経営体制を構築しています。また、取締役会の機能の独立性および客観性と説明責任を強化し、当社のコーポレート・ガバナンスの充実を図ることを目的として、取締役会の任意の諮問機関として独立社外役員が過半数を占めるガバナンス委員会を設置し、取締役会の諮問に応じて、主に代表取締役の選解任と取締役および監査役候補の指名方針や選解任に関する事項、ならびに、取締役の報酬等の決定方針や内容について審議し、取締役会に対して答申を行っています。本委員会は、取締役管理本部次家成典を委員長とし、代表取締役社長

加藤和弥、常勤監査役中島嘉幸、独立社外取締役八十川祐輔、海保理子、青木英彦の3名および独立社外監査役山村幸治、森内茂之の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。

そして、コンプライアンス担当取締役である取締役管理本部次家成典を委員長とするコンプライアンス委員会が、関連部署と連携して法令等遵守の強化を図っています。さらに、業務の有効性および効率性、財務報告の信頼性、事業活動に関わる法令等の遵守ならびに資産の保全を図るため、取締役管理本部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、専務取締役営業本部長山中謙一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。

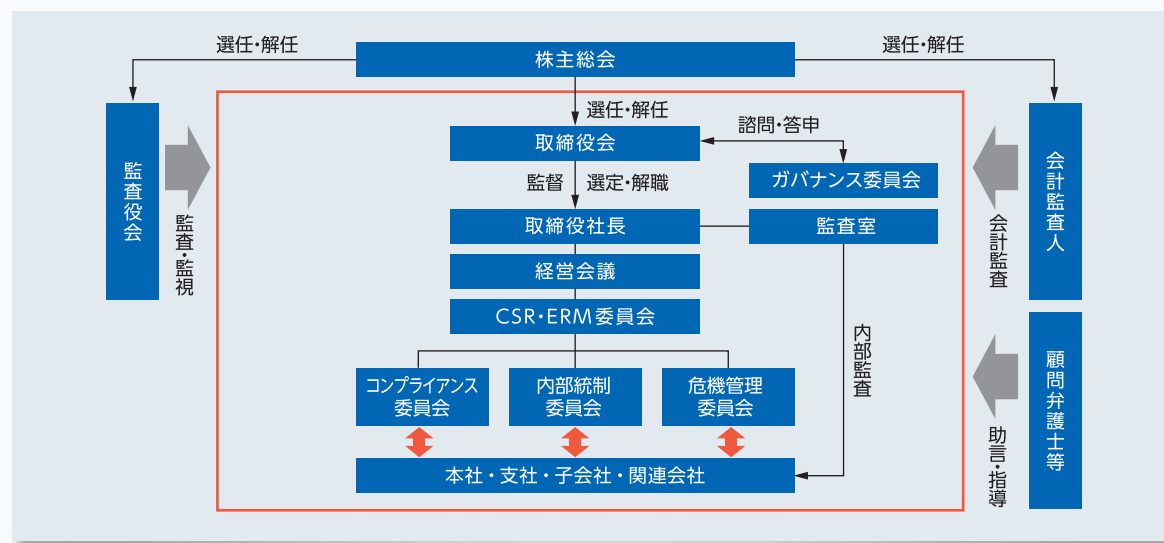
また、当社は監査役制度を採用し、常勤監査役中島嘉幸を議長とする監査役会の機能が十分に発揮されることが重要であると考え、社外監査役2名を招聘し計3名で構成しています。

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

顧問弁護士には法律上の判断を必要とする場合に適時指導を受けています。

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

■コーポレート・ガバナンス体制図



Compliance

コンプライアンス推進体制の強化と法令その他の社会規範および社内ルールを遵守した適正な業務運営のため、コンプライアンス委員会において決定した基本方針に基づき、グループ会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、各種研修による教育の他、次のような啓発活動を継続的にを行っています。

啓発活動

コンプライアンス研修

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

コンプライアンス推進リーダー、副リーダーの設置

各事業所におけるコンプライアンス推進の実効性を確保するため、所属ごとに推進リーダー・副リーダーを設置しています。

コンプライアンス情報発信室

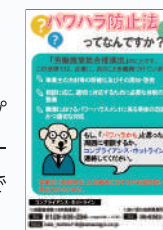
イントラネット上で、ハラスメントをはじめとした、様々なコンプライアンスに関する情報を月1回発信しています。



▲イントラネットでの情報開示

ポスター配布

年4回、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。



コンプライアンスメールマガジン

月1回メールマガジンの配信を行っています。事例を通して、コンプライアンスの重要性を周知しています。

従業員とともに

コンプライアンス意識調査の実施

当社グループでは、全従業員に対する「コンプライアンス意識調査」を当社独自の調査方法で年1回実施しております。従業員のコンプライアンス意識、会社の取組みへの評価等を確認し、現状の課題を抽出してその改善にあたっています。また、意識調査結果は従業員に開示しています。

コンプライアンス推進週間の実施

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

内部者通報制度

法令違反その他コンプライアンスに関する問題の早期発見と是正を図るため、内部者通報制度「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。

また、グループ会社を含めた全事業所に啓発ポスターを掲示し、社内外の相談窓口を周知することで、従業員がこの制度を積極的に活用できるよう社内風土の醸成に努めるとともに、通報者の保護を徹底し、通報したことによって不利益を被らないよう保証しています。



加藤産業グループのいま

会社概要

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
東京本部	東京都大田区大森中1丁目2番28号
代表者	代表取締役社長 加藤 和弥
事業内容	総合食品卸売業、カンピー製品製造発売元
上場取引所	東京証券取引所 プライム市場(証券コード:9869)
決算期	9月
発行済株式数	38,153,115株
主要加盟団体	一般社団法人日本加工食品卸協会



事業紹介



生産者



メーカー



流通を最適ソリューション



小売業



家庭の食卓

Private Brand

プライベートブランド



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

Merchandising

お客様の買いたい商品を
取り揃える商品調達力



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

Logistics

必要な時に必要なものを選ぶ
物流システム



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

Retail Support

お客様のニーズにあわせた
売り方や商品陳列を行う
売場計画力



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

業績ハイライト

(2021年9月期)

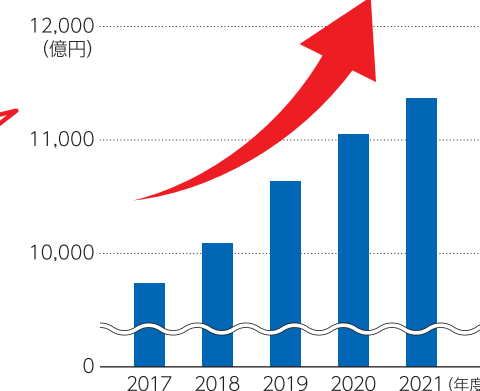
売上高

1兆1,371億円

経常利益

132億円

■売上高の推移



創業以来
毎年増収!

従業員

(2021年9月30日現在)



(連結)

4,282人

(単体)

1,124人

拠点情報

主要な海外グループ会社数

08社

- ①Lein Hing Holdings Sdn. Bhd.
- ②Merison (M) Sdn. Bhd.
- ③Naspac Marketing Pte.Ltd.
- ④Song Ma Retail Co., Ltd.
- ⑤Toan Gia Hiep Phuoc Trading Co., Ltd.
- ⑥Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.
- ⑦上海加産貿易有限公司
- ⑧深圳華新創展商貿有限公司



国内事業所数(支社・支店・営業所)

11支社 26支店・営業所

- 北海道エリア(2拠点)
- 東北エリア(4拠点)
- 関東エリア(11拠点) ※東京本部含む
- 中部エリア(3拠点)
- 近畿エリア(12拠点) ※本社、上郡工場、乾物部含む
- 中国エリア(3拠点)
- 四国エリア(2拠点)
- 九州エリア(4拠点)



グループ会社

●卸売業

- ケイ低温フーズ(株)
- 三陽物産(株)
- ヤタニ酒販(株)
- カトー菓子(株)
- (株)植嶋
- カトー酒販(株)
- エス・エイ・エスジャパン(株)

●物流

- マンナ運輸(株)
- カトーロジスティクス(株)
- 沖縄ロジスティクス(株)

●メーカー

- 和歌山産業(株)
- 兵庫興農(株)

●外食

- (株)アドバンス・キッチン

●その他

- 加藤不動産(株)
- 加藤SCアジアインベストメント(株)

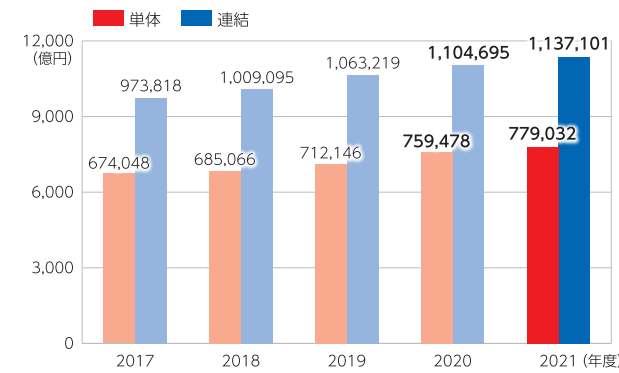


データ集

財務

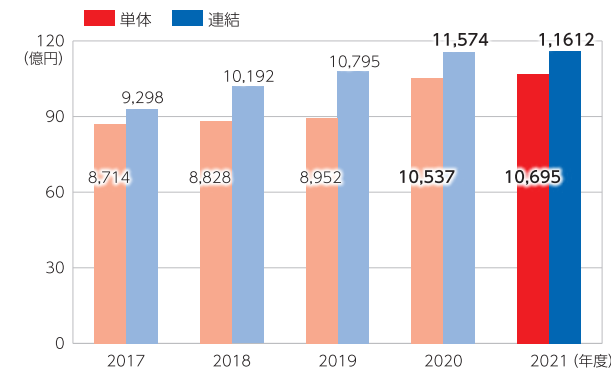
売上高

1兆1371億円(連結)



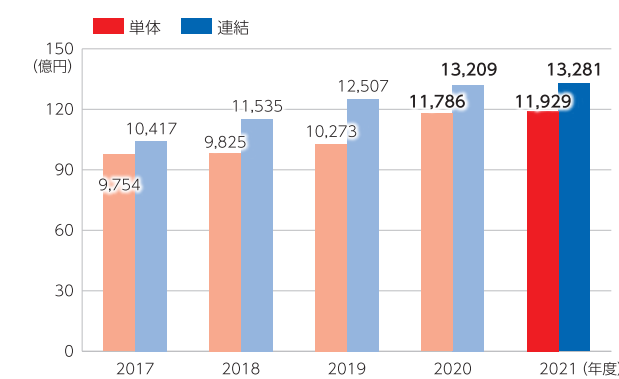
営業利益

116億円(連結)



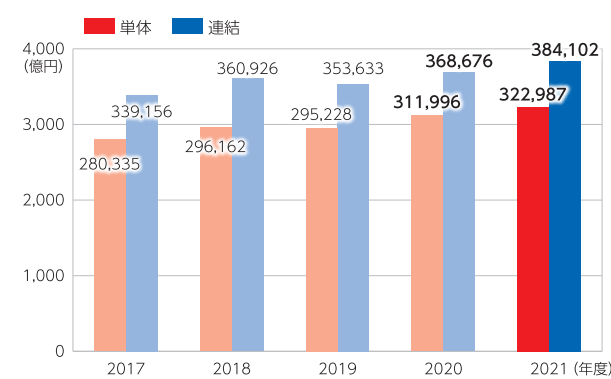
経常利益

132億円(連結)



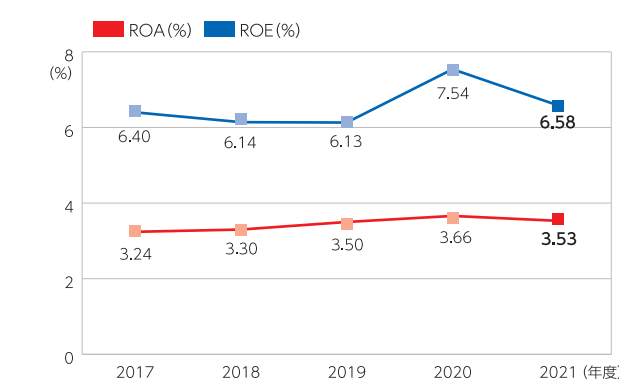
総資産

3,841億円(連結)



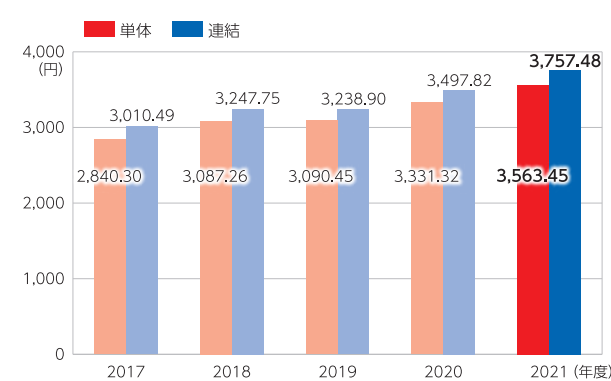
ROE & ROA

6.58%(連結)



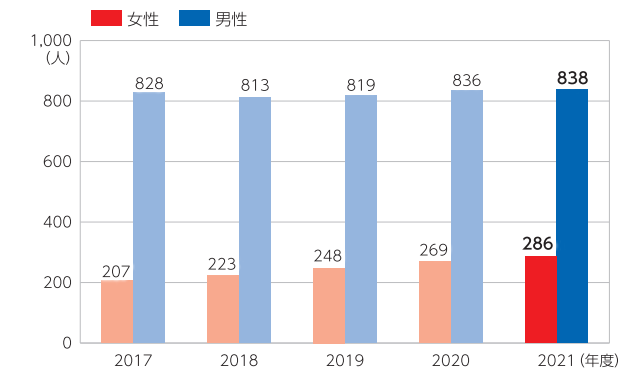
1株当たり純資産

3,757.48円

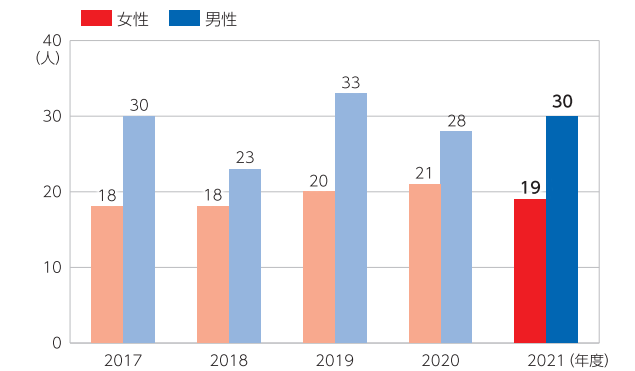


人材

正社員(単体)



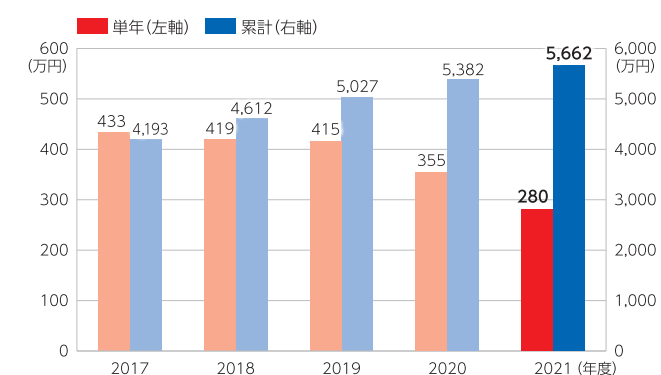
新入社員(単体)



社会

グリーンウッド基金支援金

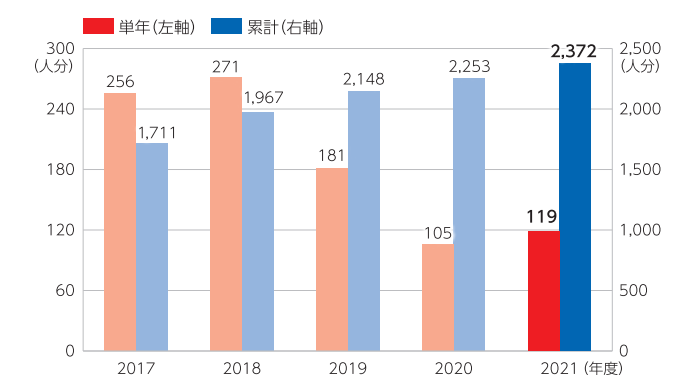
5,662万円



エコキャップによるポリオワクチン供給本数

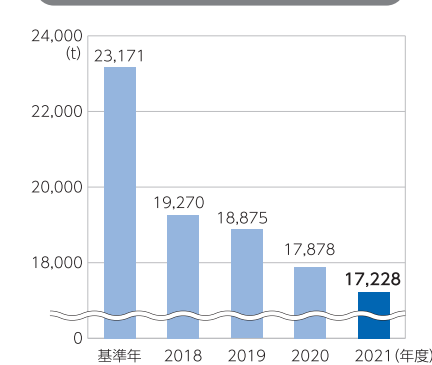
約2,372人分

※ワクチン1本あたり、キャップ830個で計算しています。

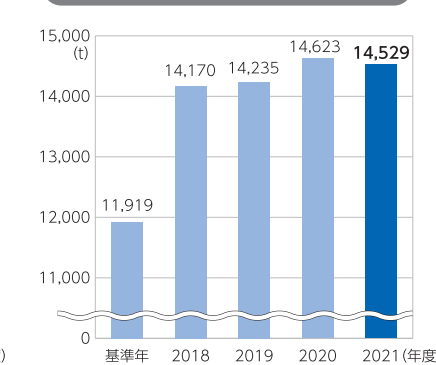


環境 CO₂排出量

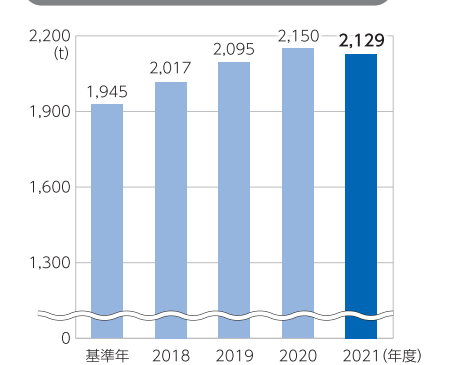
配送



オフィス物流センター



製造





加藤産業株式会社 CSR推進部

〒662-8543 兵庫県西宮市松原町9番20号

TEL.0798-33-7712 FAX.0798-22-5637

ホームページ <http://www.katosangyo.co.jp>



 @katosangyo_csr

 @Katosangyo_CSR



- 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
適切に管理された森林の木材を利用した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：609.3g/部
- この印刷製品は、環境に配慮した資材と工場で製造されています。