

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

1 目指す姿と数値目標

グループ理念

食を通じて人とつながり、笑顔ある暮らしを共に作るグッドパートナーをめざす

ROIC
6.0%以上

ROE
7.0%

事業投資
700億円

CO2削減
5,000トン

2 中長期の経営戦略

1. スパイス系VC戦略

VC統合と顧客接点拡大を軸に、ハウス食品グループ東北工場設立やインドネシア工場新設で国内業務用事業と海外展開を推進

3. 大豆系VC戦略

PBF市場でのプレゼンス拡大と収益構造改革による早期回復。米国豆腐事業を2025年1月に組織再編し経営基盤確立

2. 機能性素材系VC戦略

ビタミン・ターメリック・乳酸菌を軸としたグローバルシフト。タイではC-vitt製品のリニューアル、ベトナム・フィリピンでビタミンC飲料市場を開拓

4. 付加価値野菜系VC戦略

社外パートナーとのビジネスモデル構築に向けた新規事業展開で次世代成長力へ転換

3 対処すべき課題

① 経営環境変化への対応

- ・インフレ進行・金利変動による景気減速リスク対応
- ・事業コスト上昇への価格改定と収益改革推進
- ・気候変動・環境問題への企業対応強化

② 大豆系VC収益性低下

- ・PBF製品の高価格帯販売苦戦と製品ミクス悪化
- ・製品別損益の見える化と選択と集中による立て直し
- ・サプライチェーン・固定費適正化で早期回復

③ 環境戦略の実装

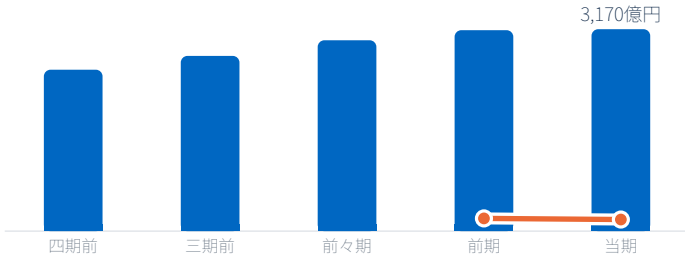
- ・2050年カーボンニュートラル実現とScope 3 での排出削減
- ・プラスチック削減とバイオプラスチック活用推進
- ・自社内資源循環と廃棄物の「活かす」「戻す」取組

面で使えるポイント

- ・食で健康をグローバルに届ける4つのVC（スパイス系・機能性素材系・大豆系・付加価値野菜系）構築で成長を実現
- ・ダイバーシティを力に変える人事制度導入で役割等級・役割給により人材流動性と市場親和性を高化
- ・2050年カーボンニュートラルと資源循環社会実現に向けた長期環境戦略で気候変動課題に対応

証券コード 2810

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）



※営業利益は直近2期のみ開示（有報の様式変更による）

暗記する数字3つ

連結売上高 3,170億円	営業利益率 5.8%	財務健康度 56点 / 100点
------------------	---------------	---------------------

将来性 曇り時々雨 / 就活偏差値 64.6（当サイト算出の参考指標）

平均年収 840万円 食料品内 20位/120社	平均年齢 41.9歳 食料品内 49位/121社	平均勤続 14.3年 食料品内 71位/121社	女性管理職 19.4% 食料品内 16位/106社	男性育休 106.7% 食料品内 2位/92社
--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース十一言

要するに

大阪府に本社を置く持株会社体制の食品製造販売企業

主力事業・セグメント

- ・ Spices・加工食品 40.0%
- ・ 食品レストラン 20.6%
- ・ 海外食品製品 19.8%

強み・特徴（公開データから）

- ・ 連結売上高3,170億円の事業規模
- ・ 東証プライム市場上場

※要約はAI生成のため誤りを含む可能性があります

