



# 事業説明会

2024年3月27日

**モロゾフ株式会社**

(証券コード：2217)

代表取締役社長 山口 信二

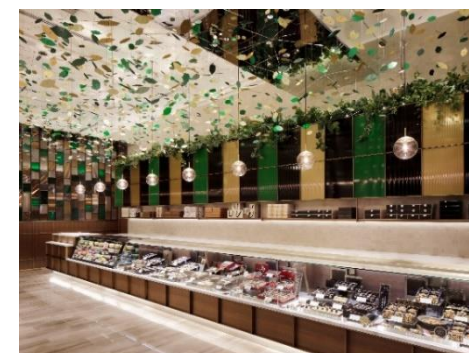
# 本日の内容

1. 会社の概要
2. ビジネスの概要
3. ブランド戦略について
4. 主な事業リスクについて
5. 中期経営計画「つなぐ ~next stage 2031~」の概要
6. 2024年1月期決算説明、2025年1月期業績予想
7. サステナビリティへの対応

# 1. 会社の概要

# ①事業の概要

社名	モロゾフ株式会社 (Morozoff Limited)
代表者	山口 信二
設立	1931年8月8日
本社	神戸市東灘区向洋町西五丁目3番地 【登記上の本社】 神戸市東灘区御影本町六丁目11番19号
資本金	37億3,746万円
事業内容	洋菓子製造・販売事業、喫茶・レストラン事業
従業員数	連結553名 (臨時従業員1,268名)
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
店舗数	1,303店 本店、駅ビル等 36店 百貨店、量販店等 1,239店 喫茶店舗 28店



(2024年1月31日現在)

## ②沿革

- 1931 神戸モロゾフ製菓株式会社設立
- 1932 バレンタインにチョコレートを贈るスタイルを紹介
- 1962 カスタードプリン発売
- 1971 旗艦店「センター街ショップ」オープン（現在の神戸本店）
- 1983 神戸市西区に西神工場開設
- 1984 大阪証券取引所および東京証券取引所市場第一部指定
- 1985 千葉県船橋市に船橋工場開設
- 1994 神戸市東灘区に六甲アイランド工場開設
- 1995 阪神・淡路大震災により甚大な被害を受ける
- 2009 西神工場に新工場（第1工場）増設
- 2016 VISUAL HONG KONG LIMITED（香港）を子会社化
- 2020 (株)鎌倉ニュージャーマンの事業を譲り受け子会社化
- 2022 東京証券取引所プライム市場に移行

現在



1931 神戸モロゾフ製菓



1962 カスタードプリン発売



1995 阪神・淡路大震災



1932 バレンタイン広告



1971 センター街ショップ  
（現在の神戸本店）



2009 西神第1工場



# ③事業所所在地



西神工場



六甲アイランドオフィス（本社部門）  
六甲アイランド工場



北海道営業所  
札幌工場



仙台営業所

船橋工場  
船橋物流センター



御影オフィス  
（関西支店・CSセンター）



福岡支店  
福岡工場



名古屋支店



鎌倉ニュージャーマン 大船工房



東京支店（6階）

## ④経営理念と企業スローガン

### 経営理念

Be Prime, Be Sweet.

最高のおいしさ  
安心、安全な品質  
最良のサービス

一流をめざし、日々進化することで  
常に感動をお届けします。  
すべてはお客様の笑顔のために

### 企業スローガン

こころつなぐ。笑顔かがやく。

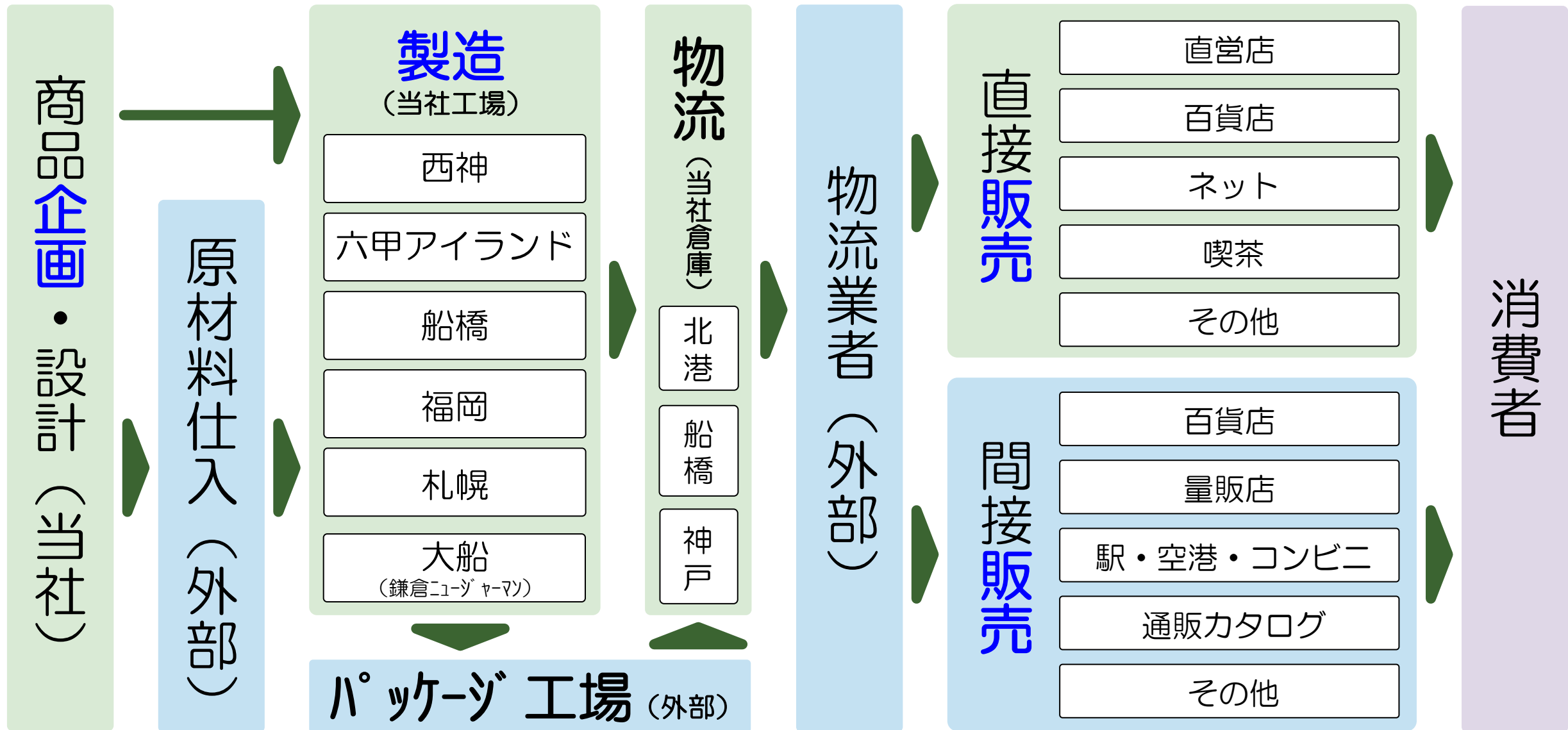
モロゾフは、  
スイーツを通して心豊かな生活を提案いたします。  
スイーツは心を癒し、笑顔をつくります。  
スイーツは気持ちを伝え、心をつなぎます。  
スイーツは時を鮮やかな記憶に染め上げます。  
スイーツは感動や歓びを呼び起こします。  
そんなスイーツを創りたい。

あなたのそばに、いつもモロゾフ。  
わくわくをシェアしよう。  
ドキドキを楽しもう。

## 2. ビジネスの概要



# ①ビジネスの流れ

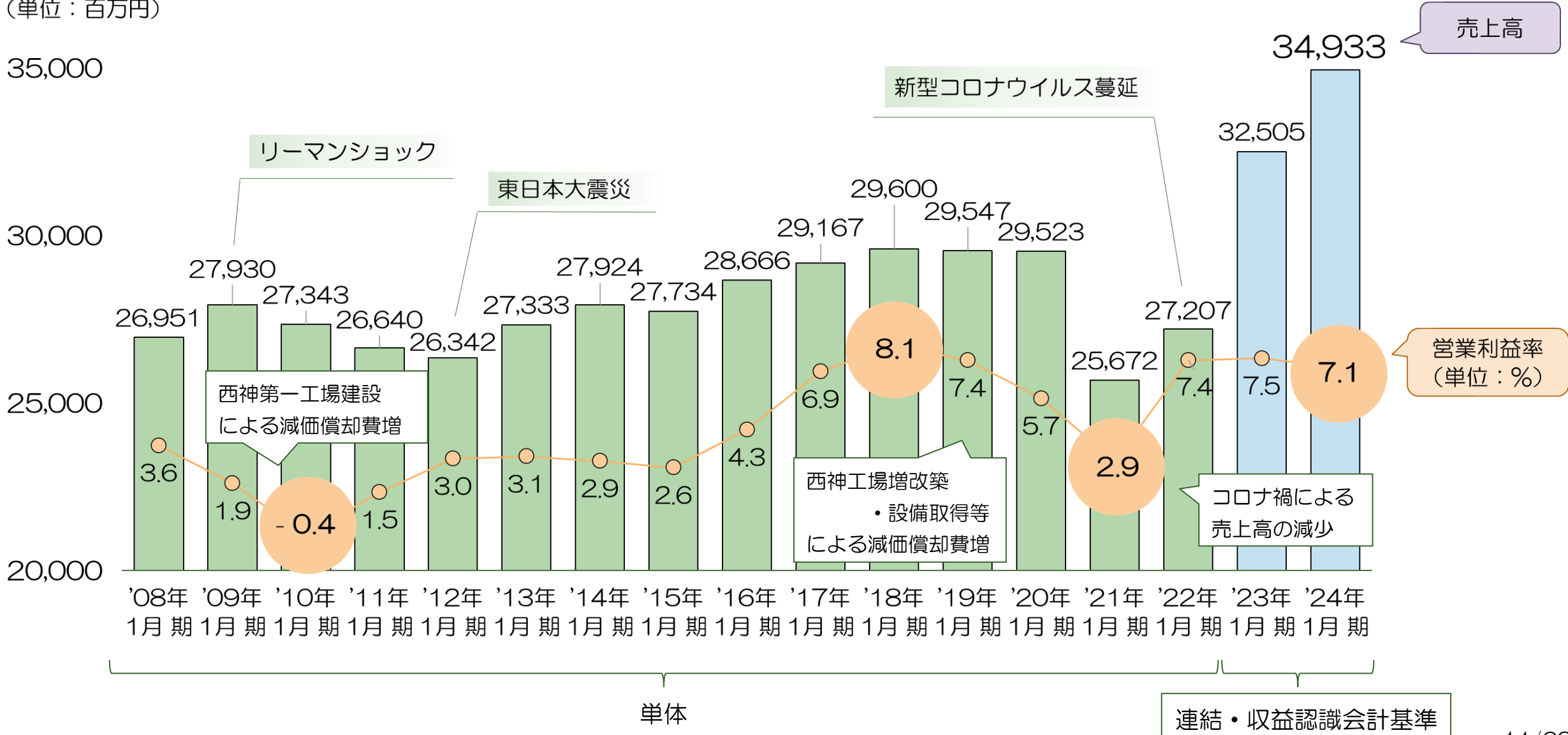


## ②主要経営指標の状況

		2024年1月期 モロゾフ 連結	《ご参考》 プライム企業平均 日本取引所グループ Webサイトより 2023年3月時点	
			食料品	全産業
売上高	[百万円]	34,933	---	---
売上高前年度比	[%]	107.5	113.2	115.7
営業利益	[百万円]	2,474	---	---
営業利益率	[%]	7.1	5.2	6.0
自己資本比率	[%]	70.6	57.7	31.8
ROE (自己資本当期利益率)	[%]	9.0	7.2	9.2
ROA (総資産経常利益率)	[%]	9.2	6.4	4.1
配当性向	[%]	40.1	41.0	34.7
PBR (株価純資産倍率)	[倍]	1.4	1.3	1.2
PER (株価収益率)	[倍]	16.5	18.9	14.8

# ③業績推移

売上高  
(単位：百万円)



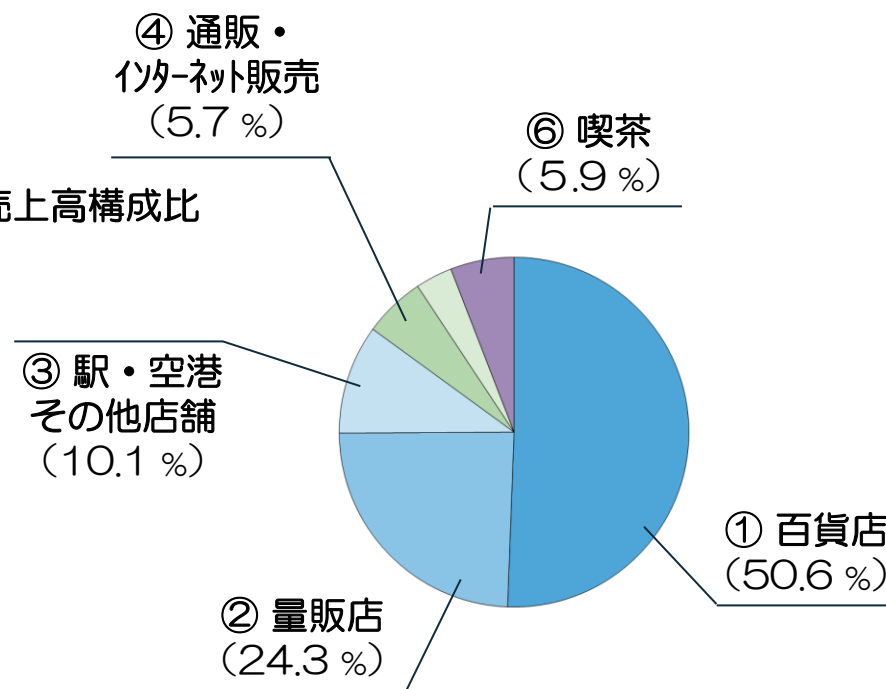
# ④チャンネル別売上・利益【単体】

(単位：億円)

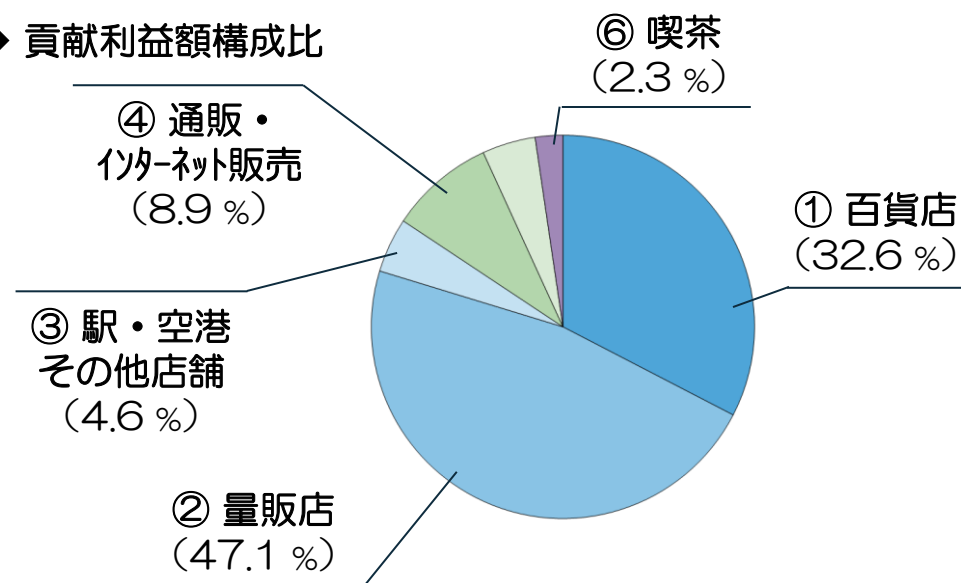
① 百貨店	売上高	172.2
	貢献利益 (構成比)	32.6 %
② 量販店	売上高	82.7
	貢献利益 (構成比)	47.1 %
③ 駅・空港・その他店舗	売上高	34.3
	貢献利益 (構成比)	4.6 %
④ 通販・インターネット販売	売上高	19.3
	貢献利益 (構成比)	8.9 %
⑤ その他	売上高	11.6
	貢献利益 (構成比)	4.5 %
⑥ 喫茶	売上高	20.0
	貢献利益 (構成比)	2.3 %

※ 貢献利益：本部・本社費用を減算する前の利益

◆ 売上高構成比



◆ 貢献利益額構成比

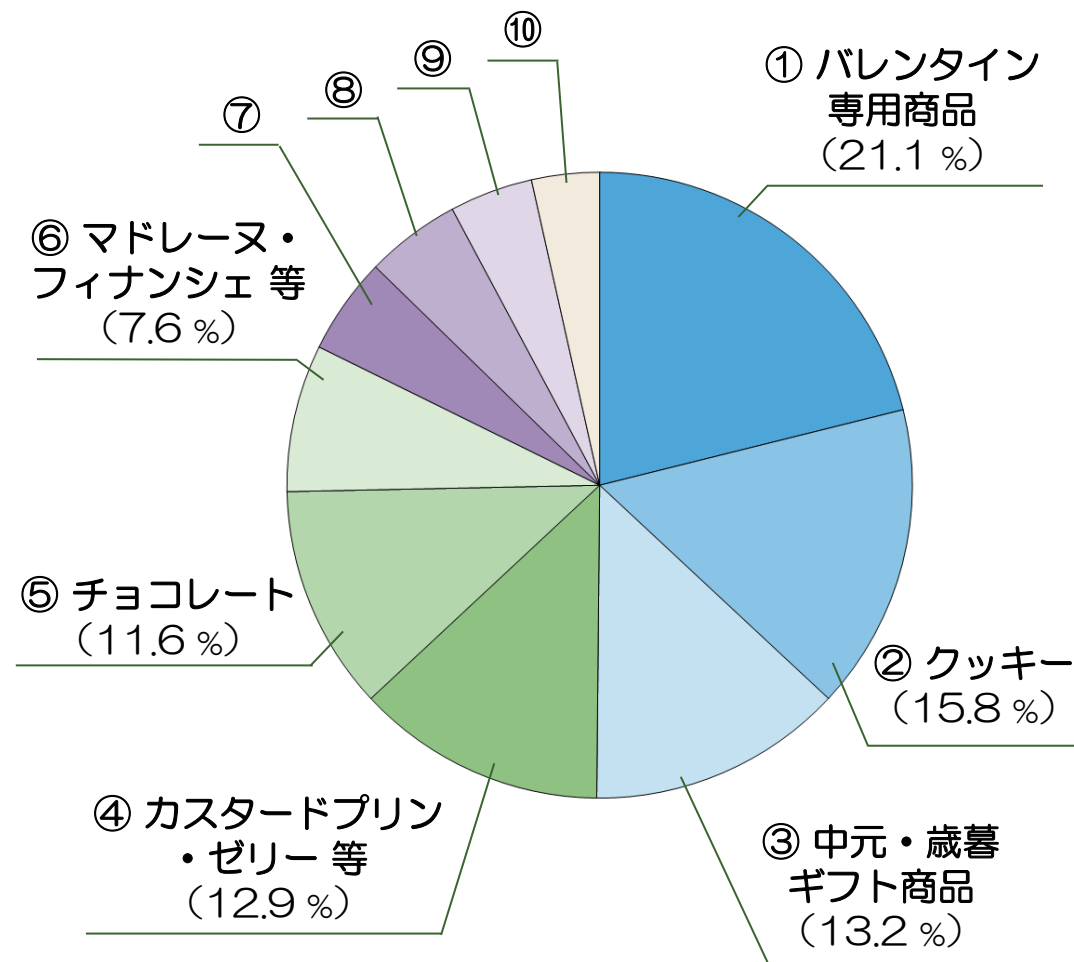


## ⑤商品グループ別売上構成【単体】

(単位：億円)

	売上高	構成比
① バレンタイン専用商品	68.2	21.1 %
② クッキー	51.2	15.8 %
③ 中元・歳暮ギフト商品	42.7	13.2 %
④ カスタードプリン・ゼリー 等	41.6	12.9 %
⑤ チョコレート	37.4	11.6 %
⑥ マドレーヌ・フィナンシェ 等	24.6	7.6 %
⑦ レトルト (日持ちのするゼリー等)	16.2	5.0 %
⑧ その他	15.9	4.9 %
⑨ ケーキ	14.0	4.3 %
⑩ イベント専用商品 (クリスマス等)	11.1	3.5 %

◆ 売上高構成比



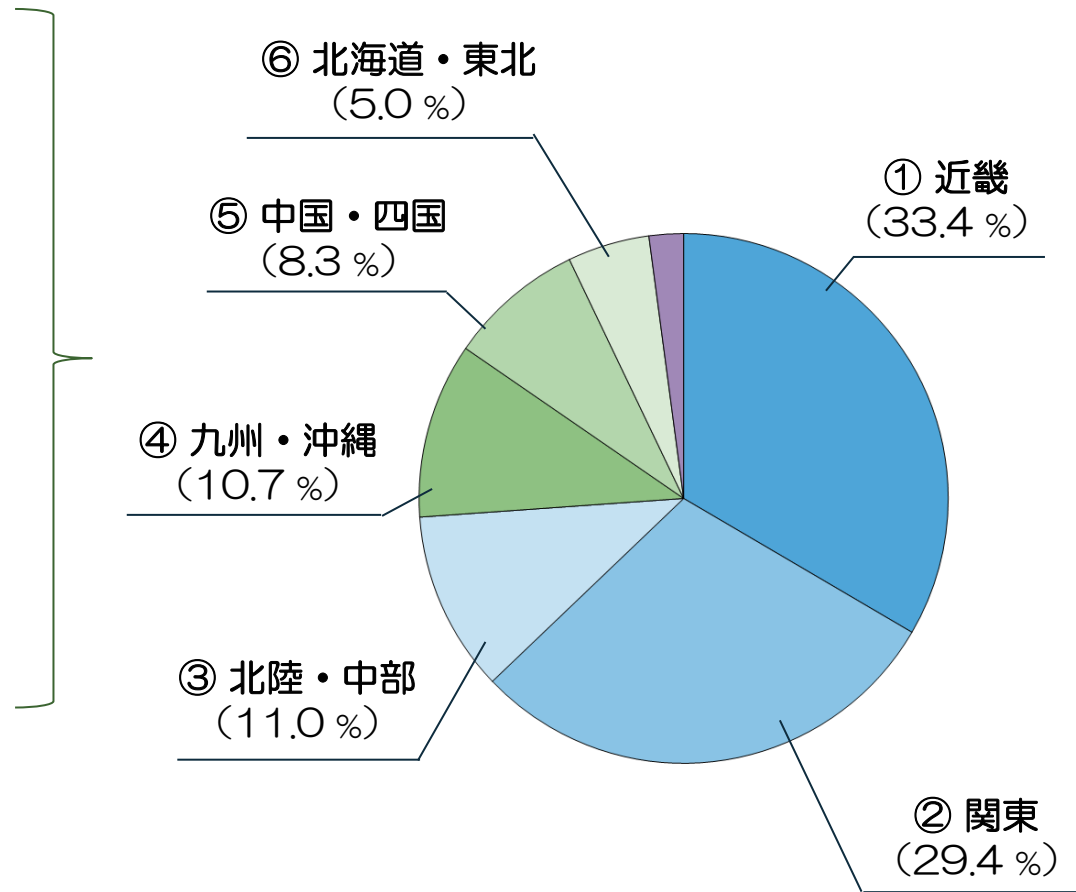


# ⑥エリア別売上高【単体】

(単位：億円・店)

	2024年1月期			
	売上高	構成比 (単体)	店舗数	当社従業員 在籍店舗数
① 近畿	113.6	33.4 %	386	67
② 関東	100.1	29.4 %	288	66
③ 北陸・中部	37.4	11.0 %	238	18
④ 九州・沖縄	36.4	10.7 %	163	16
⑤ 中国・四国	28.3	8.3 %	113	11
⑥ 北海道・東北	17.0	5.0 %	115	11
その他	7.2	2.1 %	---	---
調整額	▲ 3.4	---	---	---
単体計	336.9	100.0 %	1,303	189
連結子会社	15.0	---	---	---
調整額	▲ 2.6	---	---	---
連結合計	349.3	---	---	---

◆ エリア別（単体）売上高構成比



※ 構成比（単体）は調整額を除く

# ⑦工場別製造高構成比【単体】

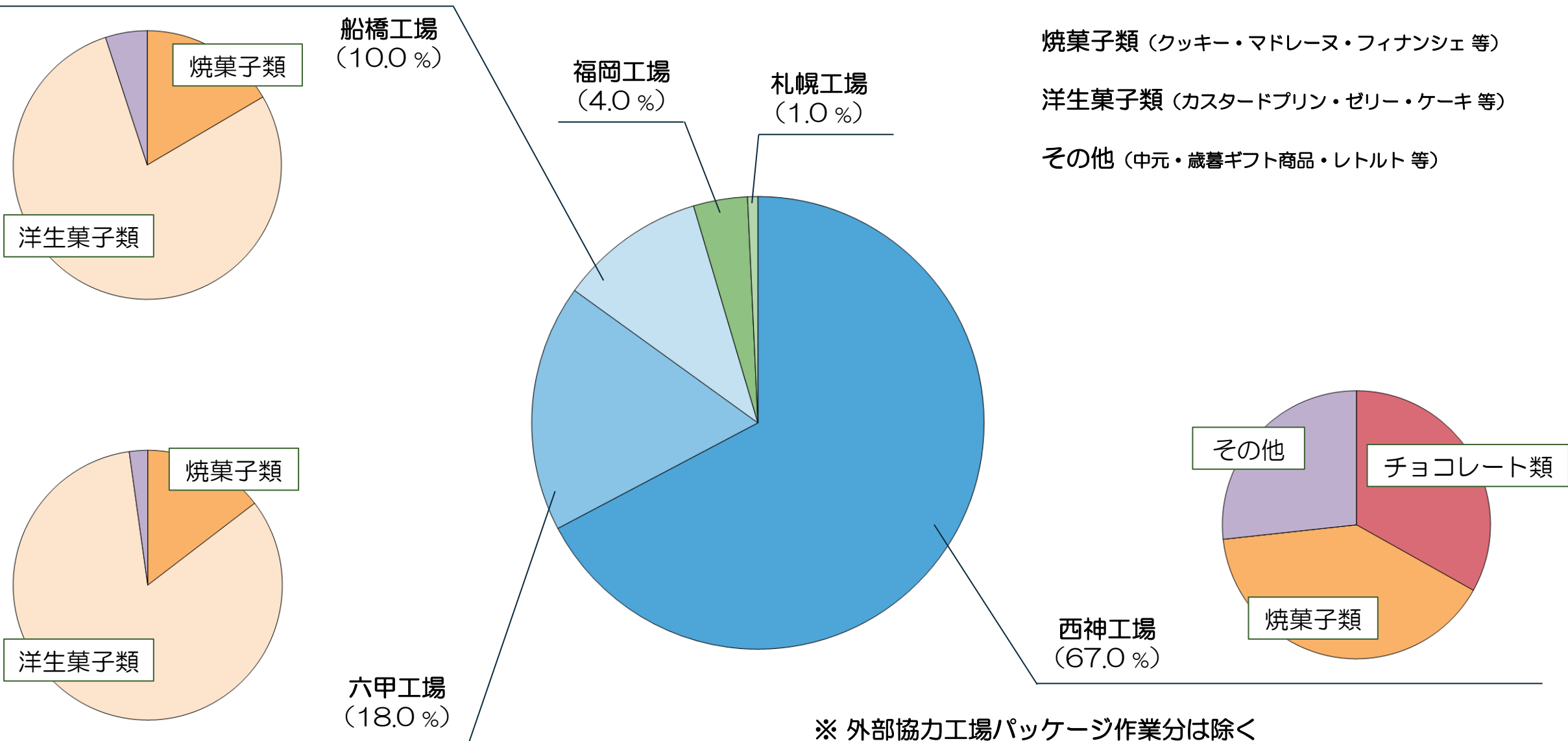
※ ミニ円グラフは各工場内の商品分類別 製造高構成比

チョコレート類 (バレンタイン専用商品含む)

焼菓子類 (クッキー・マドレーヌ・フィナンシェ等)

洋生菓子類 (カスタードプリン・ゼリー・ケーキ等)

その他 (中元・歳暮ギフト商品・レトルト等)



※ 外部協力工場パッケージ作業分は除く

### 3. ブランド戦略について

# ブランド体系



Be Prime, Be Sweet.

子会社

鎌倉ニュージャーマン

ビジュアル香港

① マスターブランド戦略

プライムモロゾフ戦略

MOROZOFF é

スタンダードモロゾフ戦略

Morozoff

モロゾフマルシェ

半生マルシェ

プロダクトブランド戦略

② by morozoff

ガレットオブール

CUSTA

窯だしシリーズ

みみずく洋菓子店

開発中 新焼菓子ブランド

③ popup morozoff

バレンタイン&ホワイトデー

ガレットネージュ

メルティスフレ

MOON

プリンとチーズケーキ

メイカーズ

北海道スイーツ工場

博多スイーツ工場

エリア限定ブランド

④ 新市場戦略

土産

コンビニ

PB

法人カタログ

海外

# ① マスターブランド戦略

## (1) 主力焼菓子 「フアヤージュ」

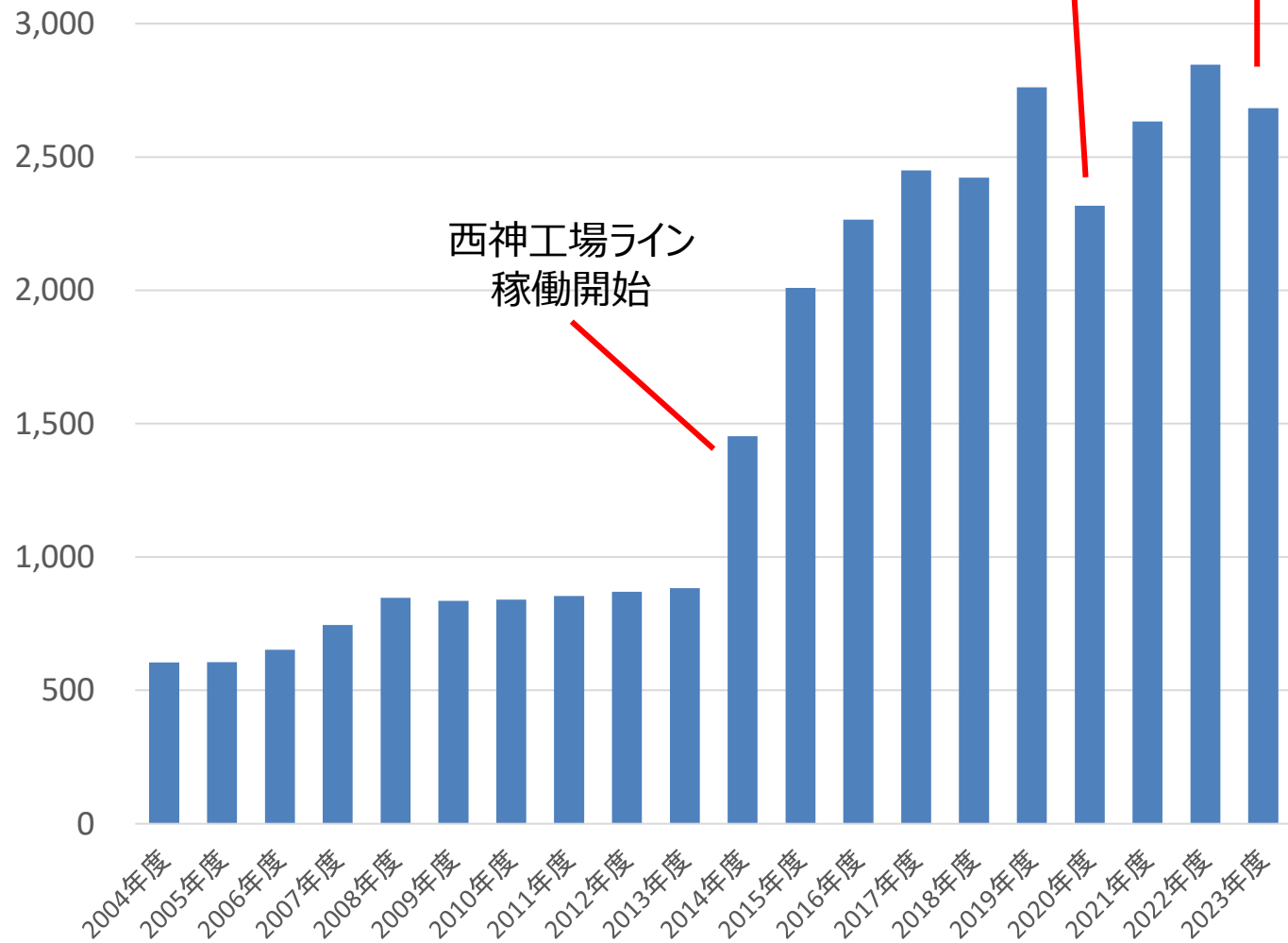
FEUILLAGE

フアヤージュ



単位：百万円

※ 商品売上高（小売金額ベース）





## (2)新焼菓子ギフト商品 「サブレ オ ショコラ」

# SABLÉ AU CHOCOLAT

サブレ オ ショコラ

POPUPでの情報発信を通して、  
元売り場、お歳暮ギフトの活性化へ。



## ②プロダクトブランド 戦略

by morozoff

### (1)「ガレット オブール」

## GALETTE au BEURRE



イズニーバターの美味しさを最大限に引き出した“ガレット”専門店



イズニーサントメール酪農協同組合の発酵バター



焼き菓子ガレット

※ガレット：平たくて丸い菓子の総称



# ガレットオブール 全国5店舗で展開

高島屋大阪店 【2021.3】



京都高島屋S.C.店 【2023.9】



大丸東京店 【2023.4】



博多阪急店 【2021.4】



三越銀座店 【2020.8】





## (2) 「カスタ」



カスタードスイーツ専門店  
C U S T A



阪神百貨店梅田本店



# CUSTA（カスタ）POPUP催事

ジェイアール  
名古屋  
タカシマヤ店



三越銀座店



【売り手市場の確立】 都心百貨店の常設店舗拡大によるブランド価値向上



## ③プロダクトブランド 戦略

popup morozoff

### (1)新ブランド 「ガレット ネージュ」

北海道の素材を使い  
丁寧に作り上げたガレット専門店

「ネージュ」はフランス語で「雪」。

ブランドのシンボルである“ゆき”うさぎを表しています。

北海道にのみ生息する「エゾユキウサギ」は、逃げ足が速く  
なかなかお目にかかれません。

会えると嬉しいゆきうさぎのように

「出会うと感動する、そんなお菓子を作りたい」

という想いを込めたスイーツをお届けいたします。



# ガレット ネージュ POP UPスタート



大丸札幌店

期間：10月4日(水)～10月10日(火)

2024年 大丸札幌店、大丸東京店にて情報発信POPUP

## (2) バレンタインブランド 「キツネとレモン」

キツネとレモン

*Kitsune to Lemon* 2024

キツネは、新しい旅に出ました。  
どんな出逢いが待っているのでしょうか。  
キツネの帰りを、ゆっくりと、お楽しみに。



——— 新しい物語のはじまり ———



# キツネとレモン

2024年バレンタイン 全国9店舗で展開



ジェイアール名古屋タカシマヤ



# ご当地スイーツ

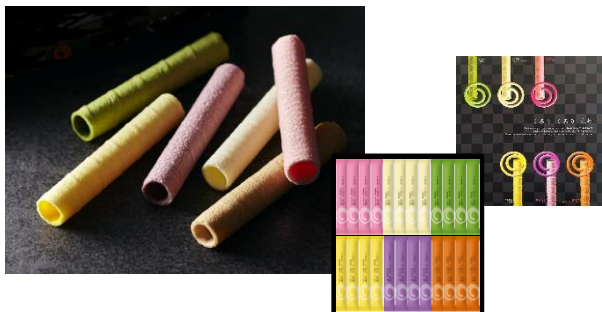
【京都】 京のこるねdeこるね



【神戸】 モロソフのプリンクッキー神戸



【九州】 くるりくるり九州



【北海道】 ふわふわ小雪のチーズスフレ



【東京】 東京スカイツリークリスピーショコラ



【大阪】 通天閣®クリスピーショコラ





# 子会社(1) 鎌倉ニュージャーマン



鎌倉本店【2020.11】



キュービックプラザ新横浜【2023.12】

2020年4月 事業を譲り受け子会社化  
2020年11月 ブランド&鎌倉本店 リニューアル  
2022年2月 連結の範囲に含める



# 子会社(2) VISUAL HONG KONG LIMITED



香港そごうモロソフ店舗

2016年10月 子会社化  
2023年2月 連結の範囲に含める



香港そごう「和菓子の里」

モロソフ以外のブランド展開  
(神戸風月堂、中央軒煎餅、神戸文明堂)

## 4. 主な事業リスクについて

# 想定される事業リスク（主な3要素）

## (1) 原材料仕入価格の上昇

カカオ・乳製品を中心とした原材料価格の上昇

---

## (2) 市場の縮小

中元・歳暮などフォーマルギフト市場の縮小、百貨店・量販店の閉店

---

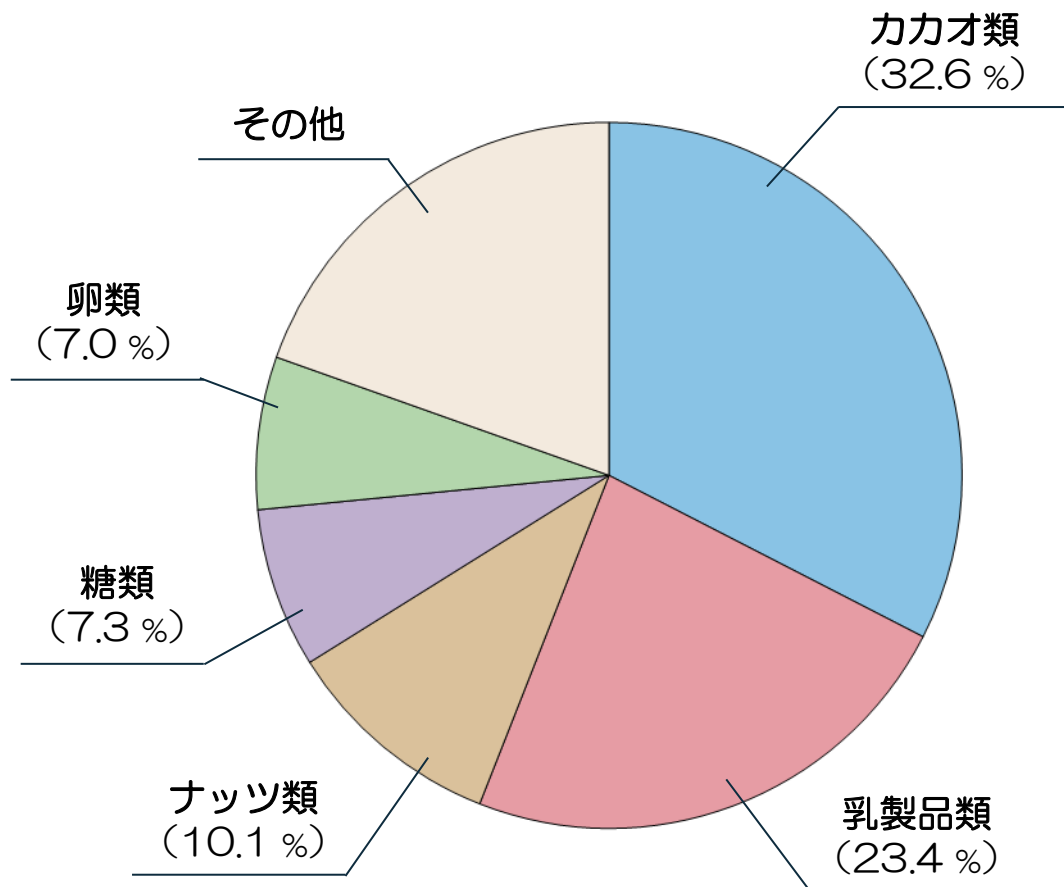
## (3) 人材確保の困難化

採用市場の激化、人件費の上昇

---

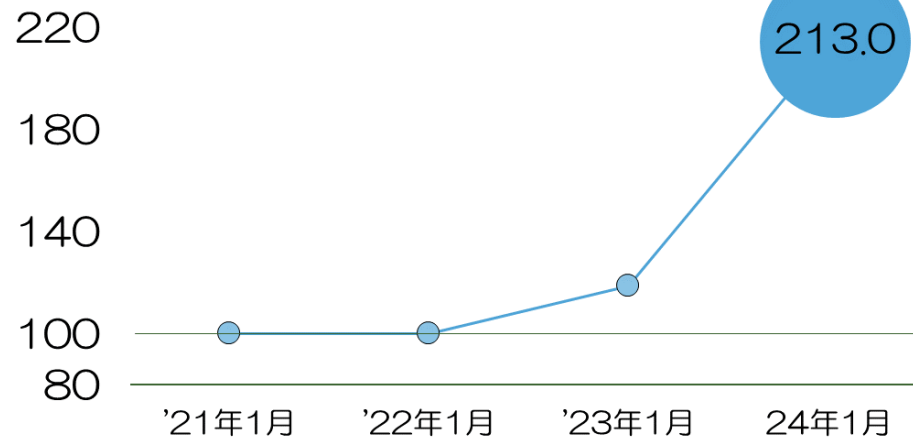
# (1)-A.カカオ類の大幅高騰リスク

◆ 原料仕入額構成比

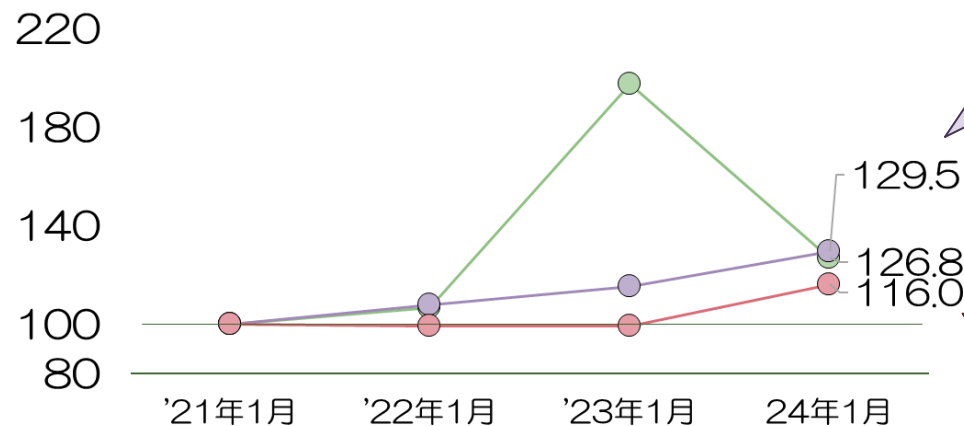


◆ 市場価格推移

(単位：%)



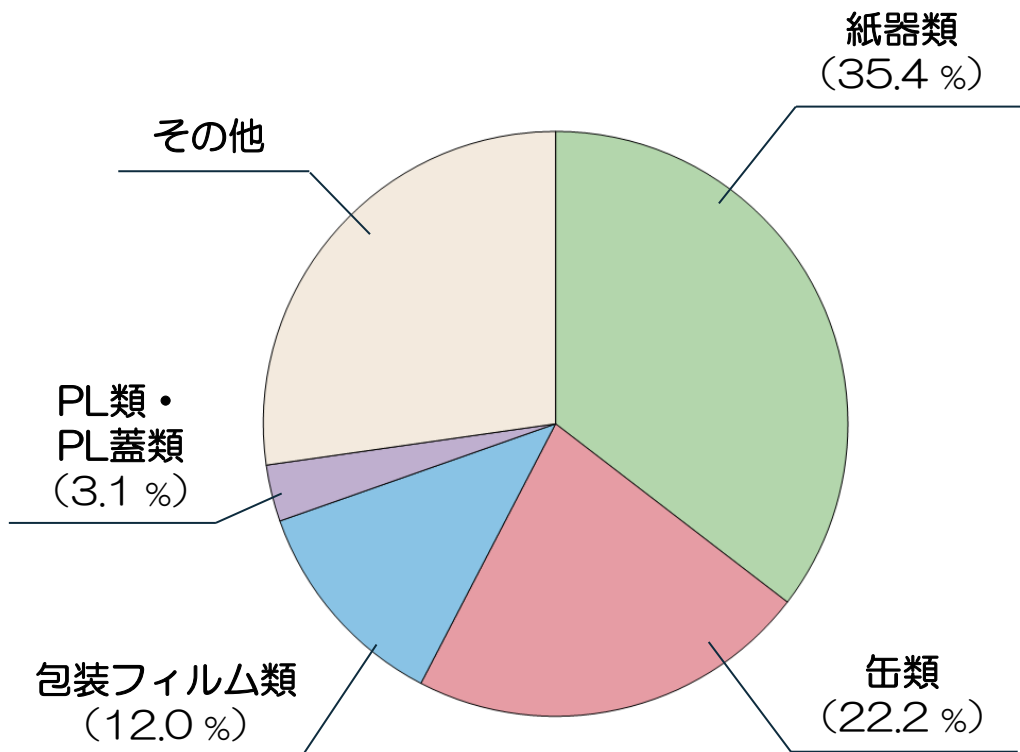
(単位：%)



※ 2021年1月の価格を100%とした場合の推移

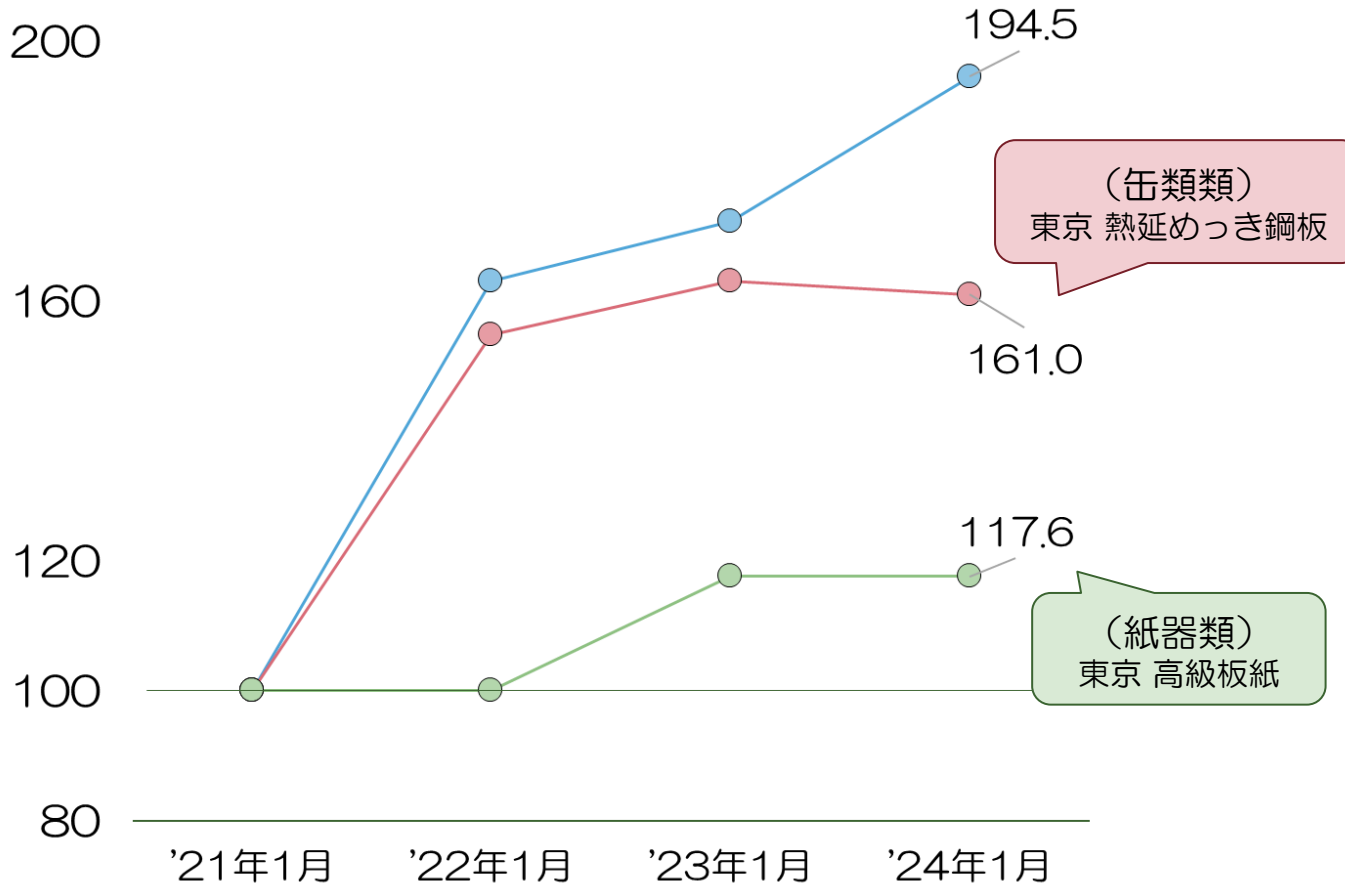
# (1)-B. 材料価格の大幅高騰リスク

◆ 材料仕入額構成比



◆ 市場価格推移

(単位：%)



※ 2021年1月の価格を100%とした場合の推移



## (1)-C.原材料価格のさらなる高騰

### 直近3年間の原材料価格高騰状況

※ 仕入額ベース

※ 2025年1月期は想定

合計 + **18.0**億円

2023年1月期

+ 3.7億円

2024年1月期

+ 7.2億円

2025年1月期

+ 7.1億円

加えて……

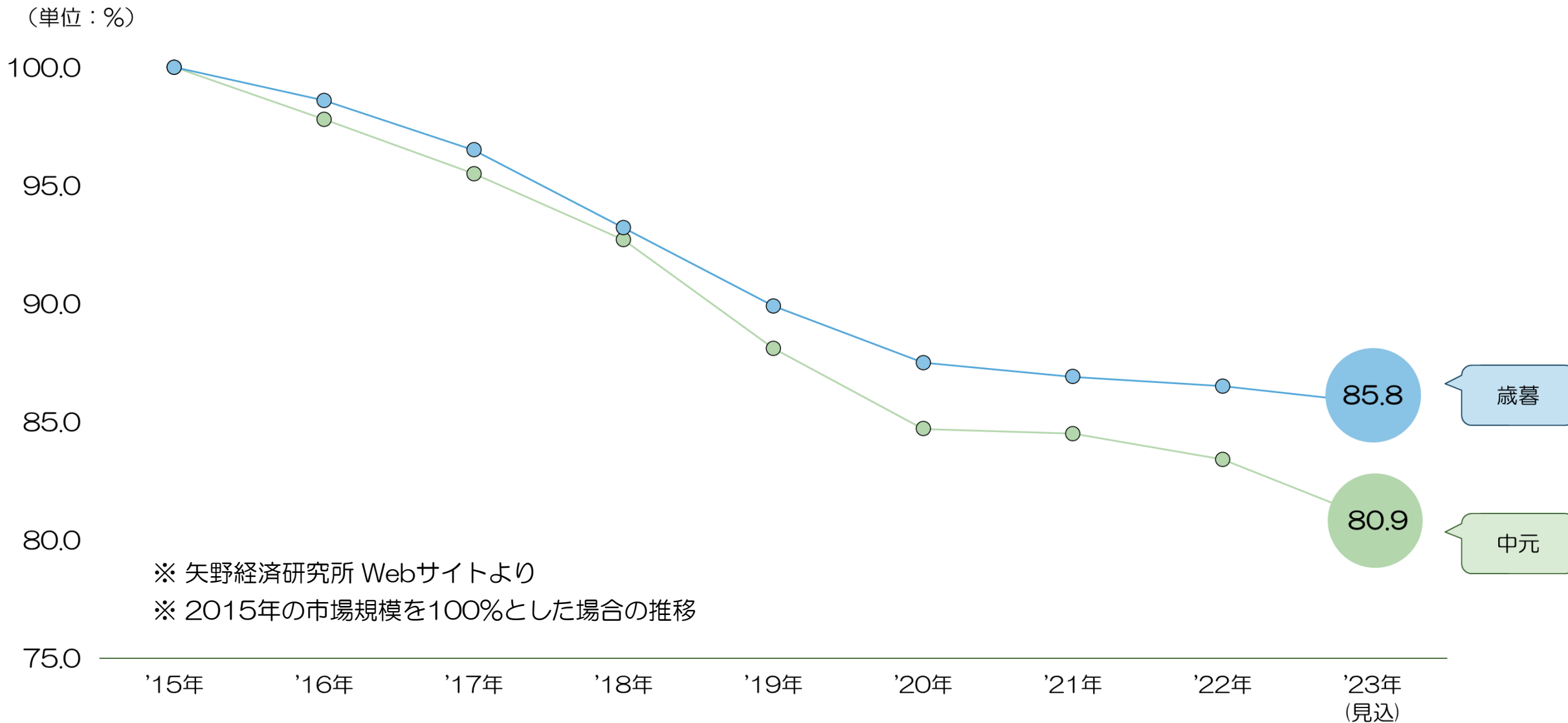
更なる

カカオ価格の上昇

も想定される

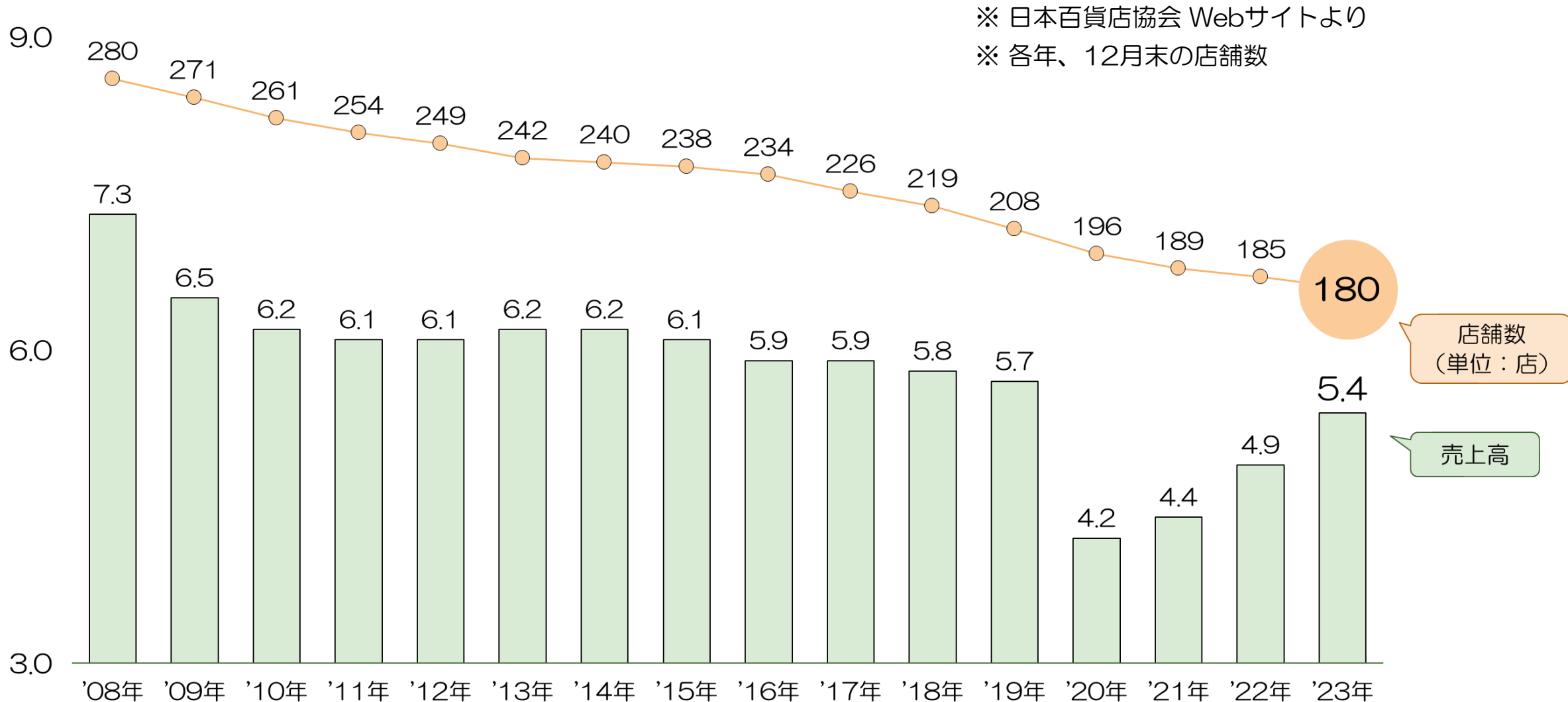
- ◎ 主要商品の価格改定、設計変更も含めた原価低減対策を実施
- ◎ カカオ高騰リスクへの対応も踏まえた、焼菓子拡大戦略の加速

## (2)-A.中元・歳暮市場の縮小



## (2)-B.百貨店の売上高・店舗数の推移

売上高  
(単位：兆円)

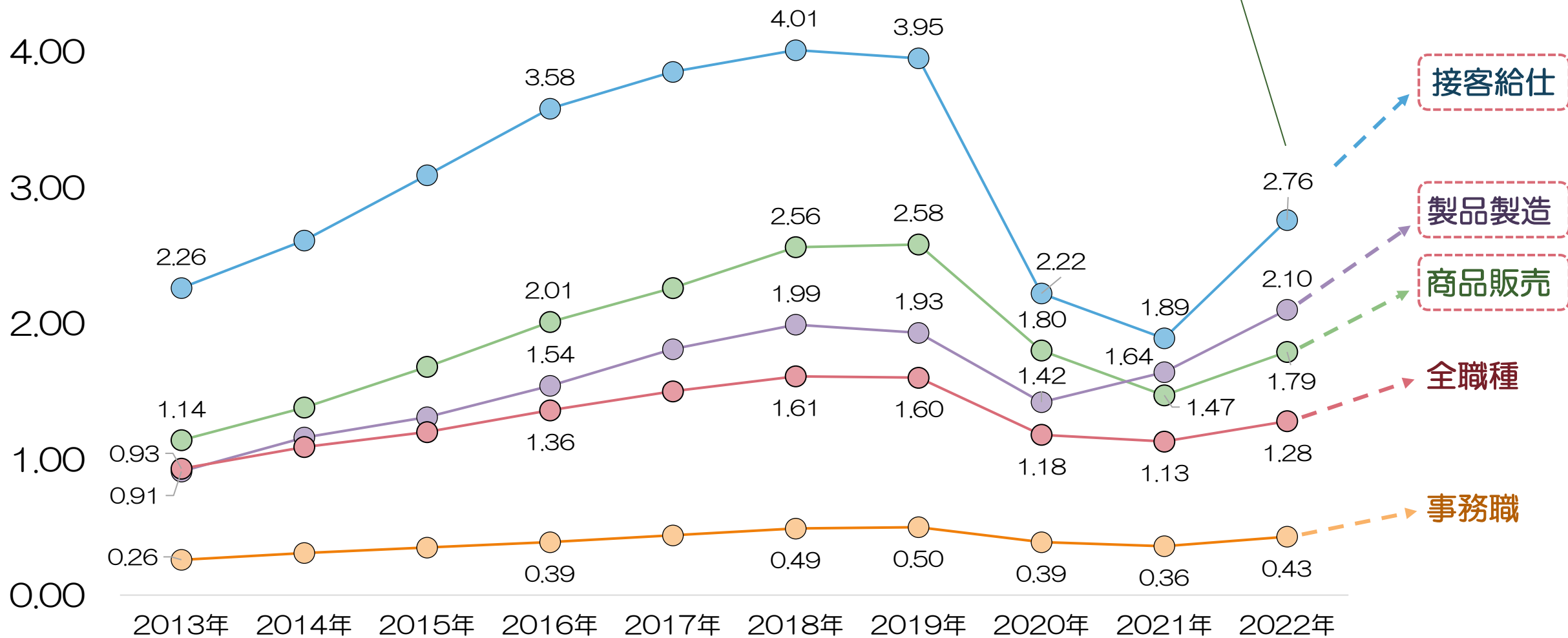


# (3)-A.現在の職種別の有効求人倍率

(単位：倍)

出所：厚生労働省 「一般職業紹介状況」

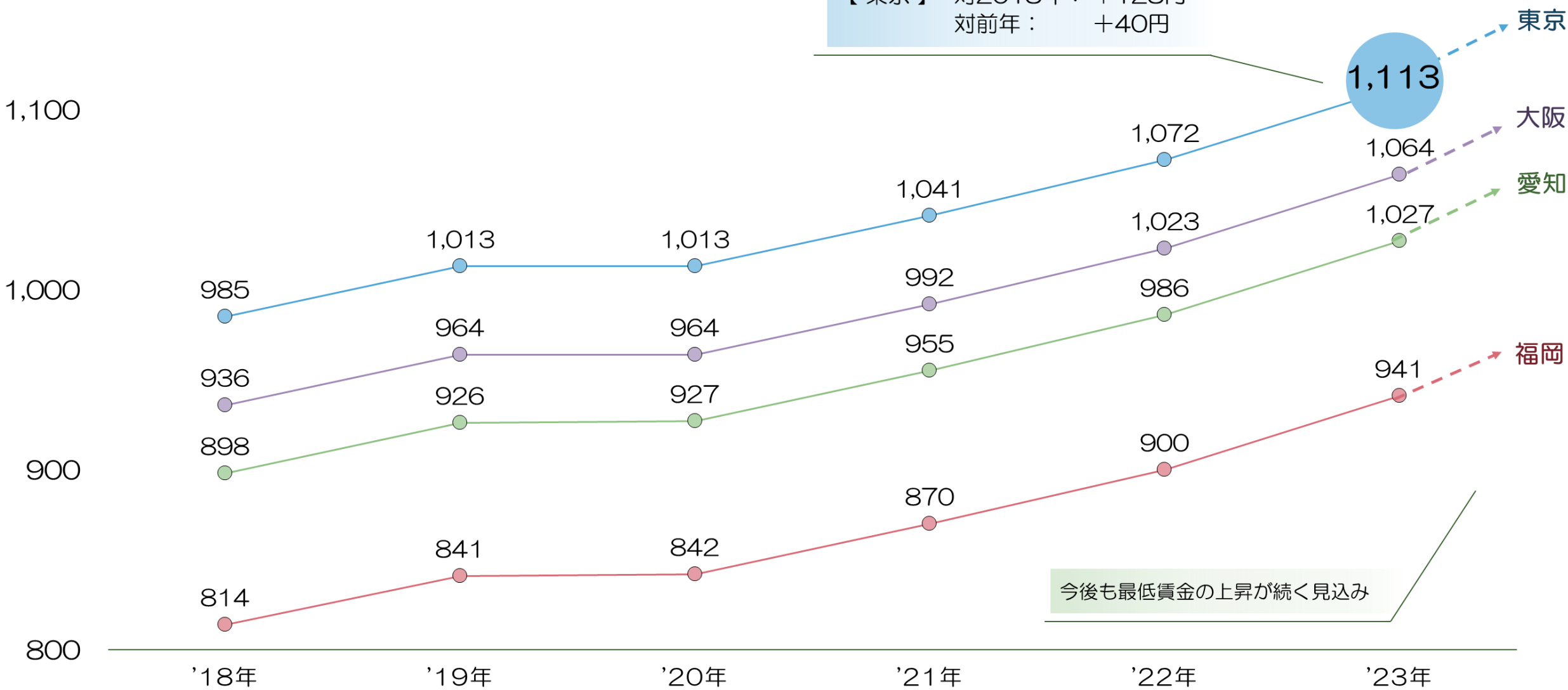
経済活動の正常化に伴い  
更に採用が厳しくなっている



# (3)-B.エリア別最低賃金

(単位：円)

【東京】 対2018年： +128円  
対前年： +40円



今後も最低賃金の上昇が続く見込み

## 5. 中期経営計画

「つなぐ ~next stage 2031~」の概要

# ① 「つなぐ ～next stage 2031～」 とは

スローガン

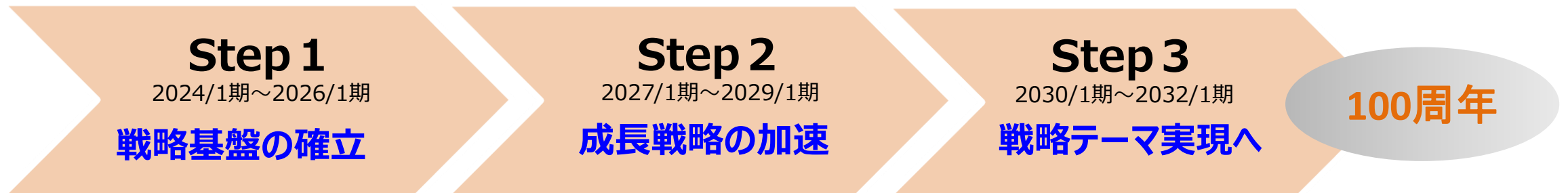
## つなぐ ～next stage 2031～

未来につながる経営基盤を築く

安定した収益の確保とサステナビリティを実現する

「焼菓子」によって新たな価値と市場を創造し、**成長基盤**をつくる

### 2032年1月期（100周年）に向けた中期ステップ°



中期経営計画「つなぐ ～next stage 2031～」では、2024年1月期～2032年1月期の9年間を「Step1」「Step2」「Step3」の3段階に区切り進めております。



## ②中長期ビジョン

### ①企業価値の向上

※営業利益率

: **5%以上**の安定的な  
確保

※企業価値向上のための  
継続的な投資と、  
その投資を可能とする  
資金、剰余金の確保

### ②ブランド価値の向上

※売り手市場的立場  
の確立

※持続的競争優位  
の実現

### ③社会的価値の向上

※すべてのステークホルダー  
の満足度向上

※CSR推進活動を基盤  
としたSDGsへの  
取り組み強化

## ③中長期戦略テーマ

### ① 新たな「成長戦略」の実現

- ◇ 新たな商品・ブランド・マーケットの開発
- ◇ 既存市場の拡充と新たな市場の開拓
- ◇ 安定した焼菓子供給体制の確立

### ② コスト抑制とさらなる生産性向上

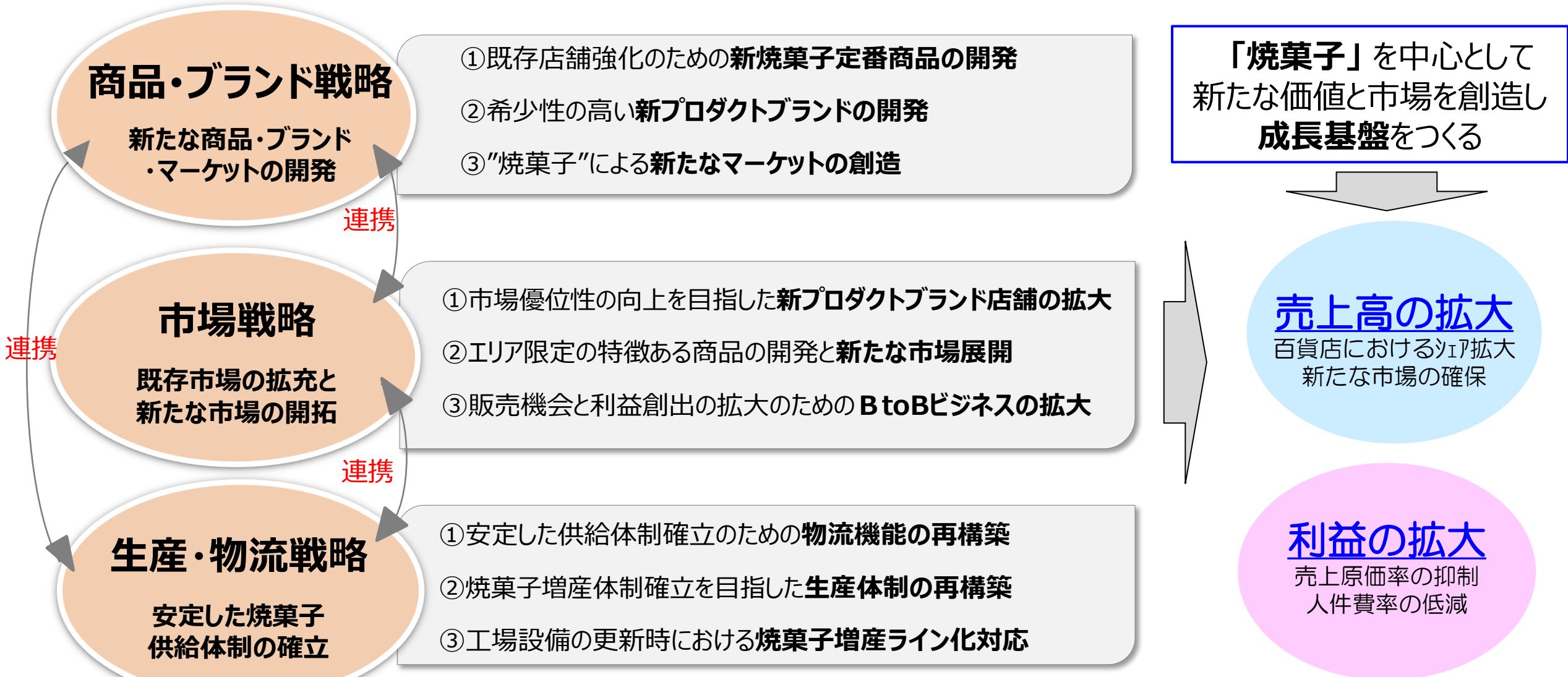
- ◇ 直営・準直営店舗の効率化促進
- ◇ 工場設備の自動化、省人化

### ③ 人材確保と従業員満足度向上

- ◇ 人材の確保と社員満足度向上のための投資と制度見直し
- ◇ 将来組織の安定稼働を目指した人員・組織体制の確立

# ④中長期戦略テーマ実現のための具体的戦略

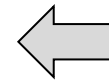
## (1)新たな「成長戦略」の実現に向けた「戦略連携図」



## (2)コスト抑制とさらなる生産性向上

### (1)店舗のローコストオペレーション化推進

- ①既存店舗の効率化
- ②効率的な新プロダクトブランド店舗の出店



スクラップ戦略継続  
**非効率な  
不採算店舗の退店**

### (2)工場設備の自動化、省人化促進

箱詰め工程の自動化やラインの省人化を促進する

### (3)原材料価格高騰を吸収するための施策の実行

商品の品質、お客様の信頼を維持することを前提に

**主要商品の価格改定、設計変更も含めた原価低減対策を実施**



### (3) 人材確保と従業員満足度向上

#### ①「人的資本」を意識した、人材の確保と社員満足度向上のための投資と制度見直し

マネジメント人材確保と  
一層の成果主義を目指した  
人事制度の見直し

社員満足度向上を  
目指した処遇改善

女性活躍推進および  
若手社員の能力向上の  
ための環境整備

#### ② 将来組織の安定稼働を目指した人員・組織体制の確立

現場人材の確保を目指した  
社員登用制度の強化

技術の伝承と若手の  
サポート強化を目指した  
定年再雇用制度の改定

少数精鋭を目指した  
組織・業務の見直し

# ⑤Step1 (2026年1月期) の目標指標について

(単位：百万円、%)

	前期中計最終年度	当 中期経営計画 Step1		
	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期	2026年1月期
	実績	実績	業績予想 2024.3.15開示	修正計画 2024.1.30開示
売上高	32,505	34,933	35,370	35,500
営業利益率	7.5	7.1	6.0	6.5

## 2025年1月期は、いったん営業利益率は低下する

- さらなる原材料価格の高騰（カカオ類、乳製品、糖類、缶類、紙器類など）
  - 物流拠点の増や物流2024年問題などを背景とした、総額物流コストの増加
  - 賃金アップと人材採用難の対応による人件費の増加
- など・・・

## 2026年1月期は、再び利益率上昇基調へ転換

- 成長戦略（焼菓子拡大）の着実な実行
- 再度原価低減施策の実行（価格改定や設計変更など）
- 店舗のローコストオペレーション化促進
- 鎌倉ニュージャーマンの黒字転換実現

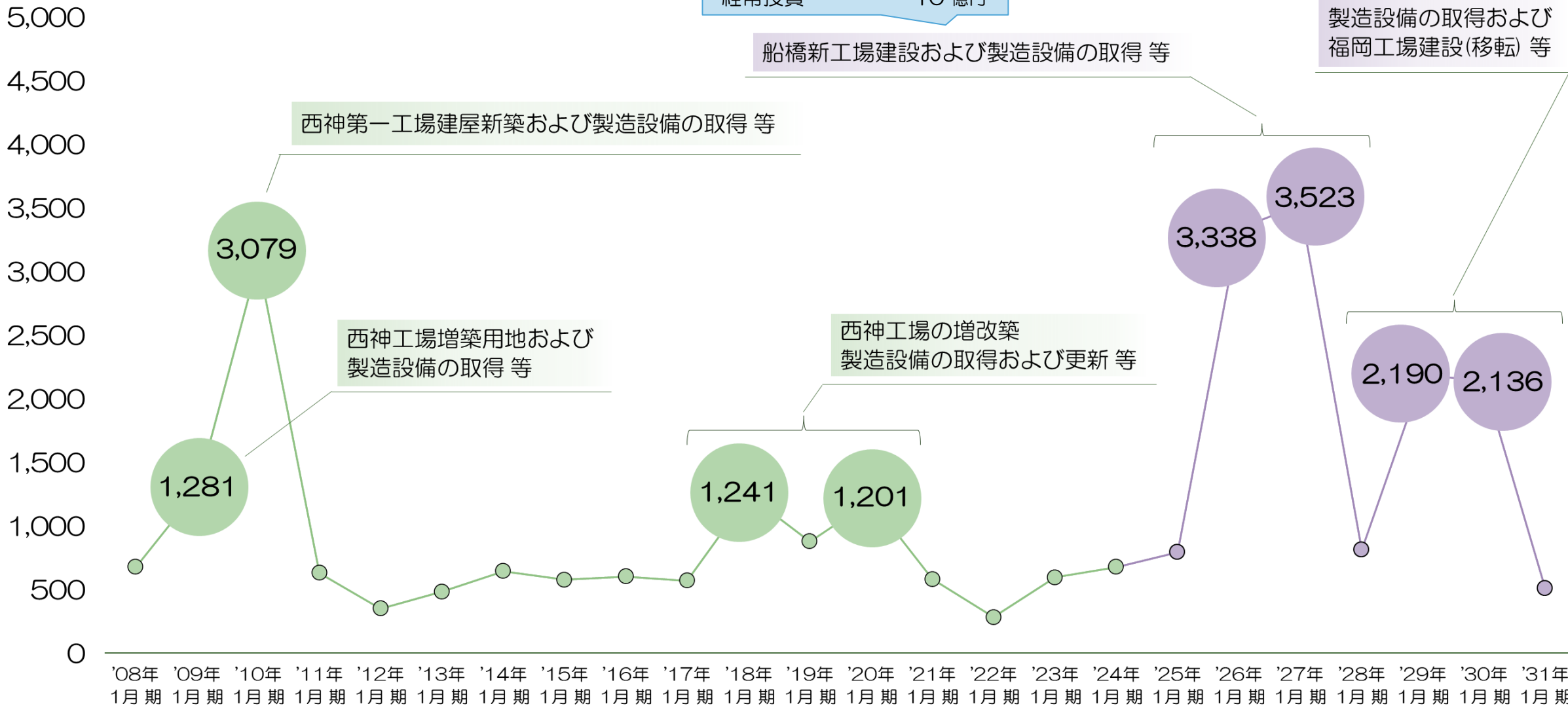
# ⑥設備投資および用地取得【単体】

※ 2025年1月期以降は予定

(単位：百万円)

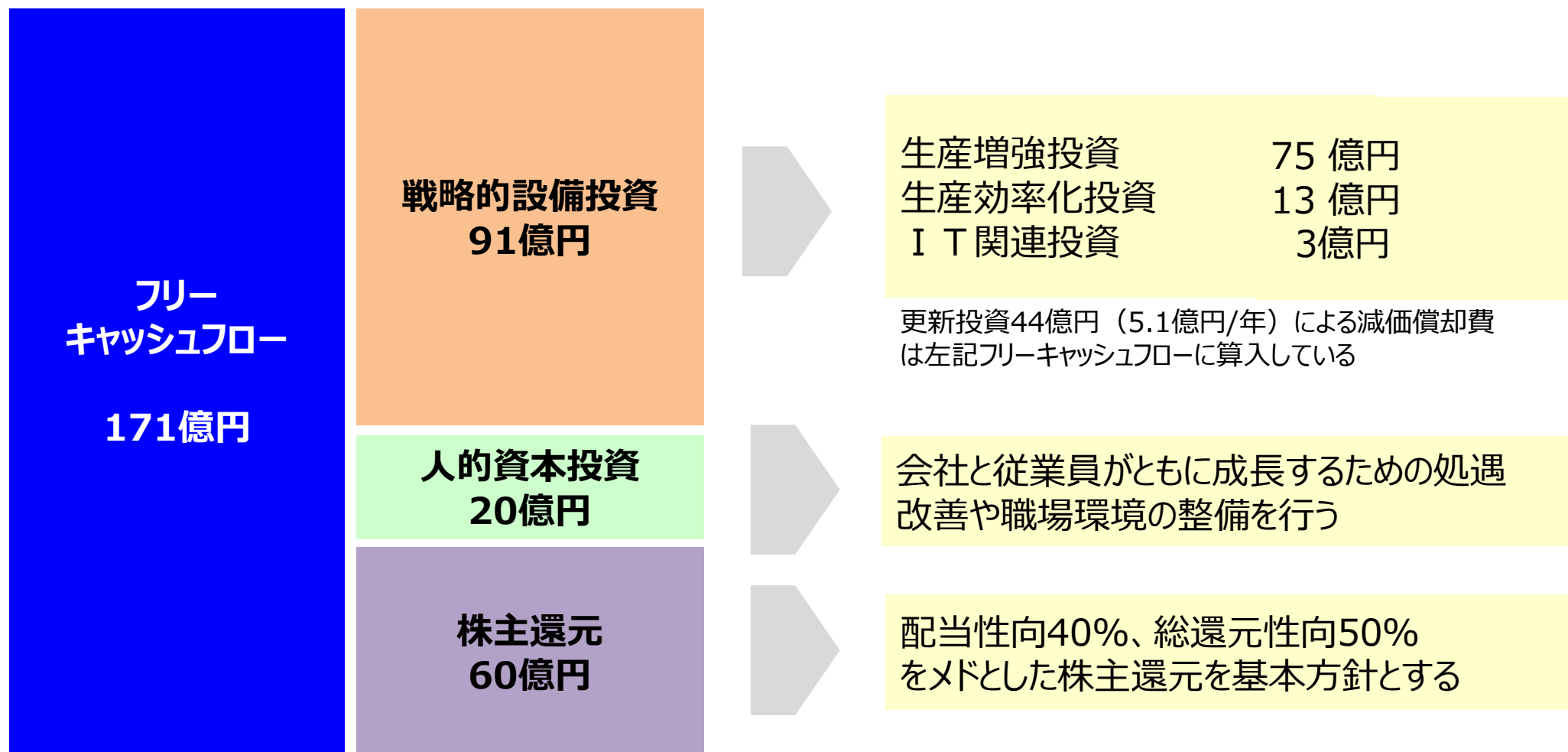
船橋工場建設	38 億円
製造設備取得	17 億円
経常投資	10 億円

製造設備取得	9 億円
福岡工場建設	14 億円
福岡工場用地	9 億円
経常投資	10 億円



# ⑦フリーキャッシュフロー配分方針

創立100周年（2032年1月期）までの中期経営計画9年間（Step1～Step3）における  
トータルでのフリーキャッシュフローの配分方針を新たに策定





## 6. 2024年1月期決算説明、2025年1月期業績予想

# ①決算短信サマリー【連結】

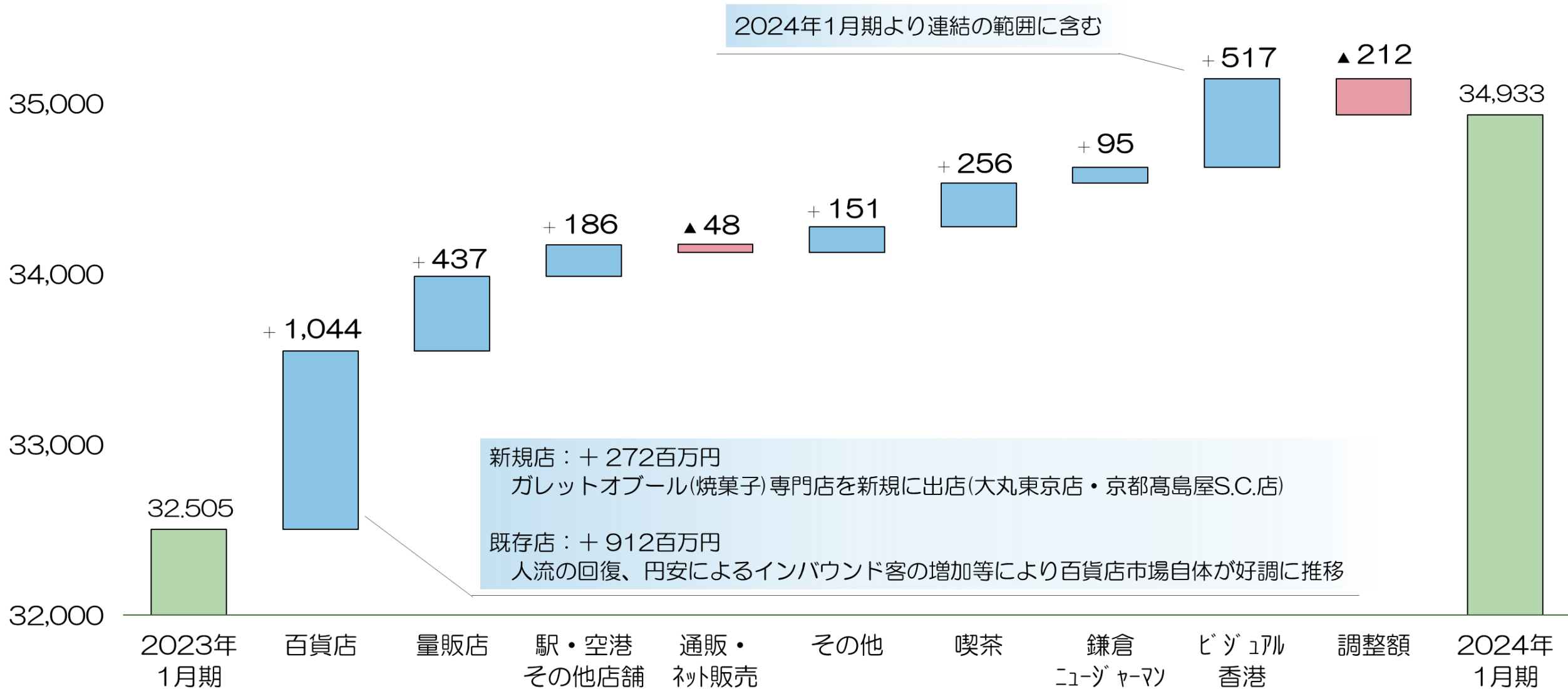
(単位：百万円)

決算短信表紙ご参照

	2023年1月期		2024年1月期						
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	対前期 増減率	増減幅		
売上高	32,505	100.0 %	34,933	100.0 %	2,428	7.5 %	---		
営業利益	2,423	7.5 %	2,474	7.1 %	50	2.1 %	▲ 0.4 %		
経常利益	2,615	8.0 %	2,517	7.2 %	▲ 97	▲ 3.7 %	▲ 0.8 %		
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,703	5.2 %	1,715	4.9 %	12	0.7 %	▲ 0.3 %		
一株あたりの 配当金 中間・期末・合計	0 円	65 円	65 円	0 円	98 円	98 円	---	33 円	33 円
配当性向	26.9 %		40.1 %		13.2 %				
EPS (一株あたり当期純利益)	242.08 円		244.64 円		2.56 円				
ROE (自己資本当期利益率)	9.2 %		9.0 %		▲ 0.2 %				
ROA (総資産経常利益率)	9.8 %		9.2 %		▲ 0.6 %				

# ②売上高 対前年増減分析【連結】

(単位：百万円)



# ③2025年1月期の通期業績予想【連結】

決算短信表紙 P2 「1. 経営成績等の概況 (4)今後の見通し」ご参照

(単位：百万円)

	2024年1月期		2025年1月期				
	金額	売上比	金額	売上比	増減額	対前期 増減率	増減幅
売上高	34,933	100.0 %	35,370	100.0 %	436	1.2 %	---
営業利益	2,474	7.1 %	2,120	6.0 %	▲ 354	▲ 14.3 %	▲ 1.1 %
経常利益	2,517	7.2 %	2,170	6.1 %	▲ 347	▲ 13.8 %	▲ 1.1 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,715	4.9 %	1,350	3.8 %	▲ 365	▲ 21.3 %	▲ 1.1 %
一株あたりの 配当金 中間・期末・合計	0 円 98 円 98 円		35 円 43 円 78 円		35 円 ▲ 55 円 ▲ 20 円		
配当性向	40.1 %		40.5 %		0.4 %		
EPS (一株あたり当期純利益)	244.64 円		192.49 円		▲ 52.15 円		



## ④セグメント別の販売実績【連結】

決算短信 P 2 「1. 経営成績等の概況 (1) 当期の経営成績の概況」ご参照

(単位：百万円)

	2023年1月期		2024年1月期		対前期	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
干菓子	21,815	67.1 %	23,825	68.2 %	2,010	9.2 %
洋生菓子	8,317	25.6 %	8,461	24.2 %	144	1.7 %
その他菓子	743	2.3 %	770	2.2 %	26	3.6 %
洋菓子製造販売事業 計	30,875	95.0 %	33,057	94.6 %	2,181	7.1 %
喫茶・レストラン事業 計	1,629	5.0 %	1,876	5.4 %	246	15.1 %
合計	32,505	100.0 %	34,933	100.0 %	2,428	7.5 %

※ 商品群別の主な製品

干菓子群： バレンタイン・イベント専用商品、中元・歳暮ギフト商品・チョコレート・レトルト（日持ちのするゼリー）・クッキー等

洋生菓子群： マドレーヌ・フィナンシェ・カスタードプリン・ゼリー・ケーキ等

その他菓子群： 焼きたてクッキー・グラスオショコラ等

# ⑤貸借対照表サマリー【連結】

決算短信表紙ご参照

(単位：百万円)

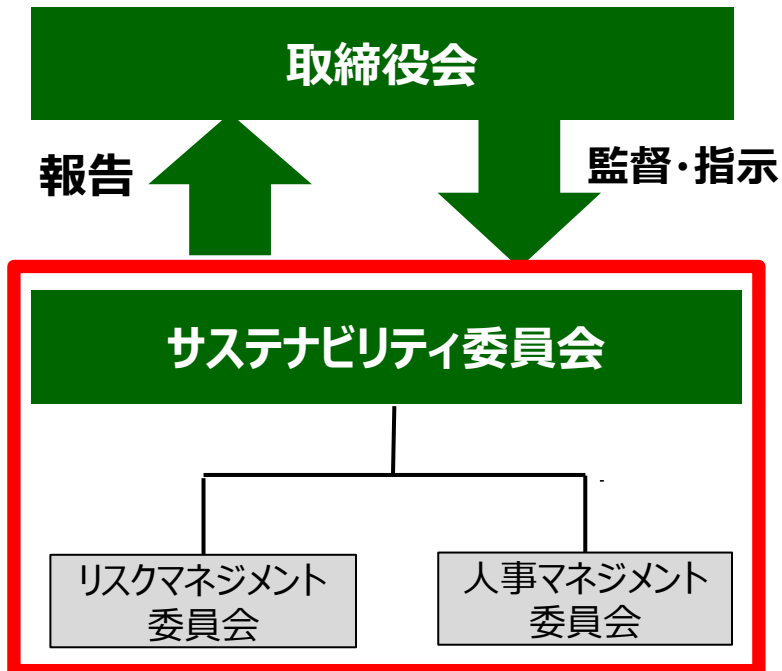
	2023年 1月期	2024年 1月期	増減額		2023年 1月期	2024年 1月期	増減額
流動資産	15,919	17,452	1,532	負債	8,015	8,199	184
現金及び預金	6,137	7,130	993	流動負債	7,350	7,533	183
売掛金	6,512	6,726	214	買掛金	884	1,048	164
商品及び製品	1,917	2,144	227	電子記録債務	1,993	2,185	192
その他流動資産	1,352	1,449	97	短期借入金	1,670	1,590	▲80
固定資産	10,676	10,467	▲208	その他流動負債	2,802	2,709	▲93
有形固定資産	7,795	7,598	▲197	固定負債	664	666	1
無形固定資産	139	191	51	純資産	18,580	19,719	1,139
投資その他の試算	2,740	2,677	▲63	株主資本	18,232	19,240	1,008
				評価・換算差額等	348	479	130
資産合計	26,595	27,919	1,323	負債・純資産合計	26,595	27,919	1,323

## 7. サステナビリティへの対応

# ①ガバナンス体制と気候変動への取り組み

お客様をはじめとするすべてのステークホルダーの満足度の向上に取り組むことで、持続的な企業価値とブランド価値の向上を図るとともに、「企業」と「社会」の持続可能性の両立を目指して、サステナビリティへの取り組みを推進いたします。

## ①ガバナンス体制



## ②気候変動への取り組み

TCFDの枠組みに基づき分析・開示を実施

2014年度を基準として  
CO2排出量を2030年に46%削減する  
ことを目標としています。  
目標達成に向けて太陽光パネルの設置など再生可能エネルギーの導入を促進する他、LEDへの切り替えといった省エネ活動を推進しています。



西神工場屋上 太陽光パネル

分析結果やCO2排出量の詳細につきましては、当社ホームページにて開示しています。  
[https://www.morozoff.co.jp/company\\_ir/csr/environment/](https://www.morozoff.co.jp/company_ir/csr/environment/)  
※毎年8月に更新いたします。



## ②人的資本への取り組み

### ◆人材育成方針と社内環境整備に関する方針

当社はすべての従業員を会社にとっての財産であるにとらえ、一人ひとりの人格や個性を尊重しながら、会社と従業員がともに成長できる企業を目指し、また従業員が安心して、健やかに、生きがいを持って働けるような各種制度や職場環境を整備することを、基本理念としています。

### ◆指標及び目標

指標	目標（2026年3月末）	実績（2024年1月末）
管理職に占める女性労働者の割合	15.0%	12.2%
育児短時間勤務利用者率（※1）	50%以上	43.5%
子育て女性の勤務率（※2）	30.0%	26.9%

（※1）育児短時間勤務利用者率：育児短時間勤務利用者÷小学校就学以前の子女を持つ女性社員数

（※2）子育て女性の勤務率：子育て女性人数÷既婚女性正社員数

# ③ESGへの取り組み

重点テーマ	対象となる ステークホルダー	重点項目	2030年に向けた取組み
<b>Customer</b> スイーツを通して お客様を幸せに	<b>お客様</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• スイーツを通してお客様に幸せを提供する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• お客様ニーズを起点として、お客様に満足や幸せを与えられるブランドや商品を提供する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• お客様の満足度を高める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• さらなるベストホスピタリティーの提供を目指し、CS活動を強化する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 安心・安全な品質の確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HACCPを基本とした品質マネジメントシステムを更に強化する</li> </ul>
<b>Ecology</b> 地球環境と スイーツの共生	<b>次世代</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廃棄物の削減、リサイクルの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 当社工場の廃棄物再資源化率99%以上を維持する</li> <li>• 海洋ゴミとなるプラスチック資材の削減に向けて、喫茶店舗で使用するストローを紙製に変更する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 温室効果ガス排出量の削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2014年度を基準とし、2030年度にCO2排出量を46%削減する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 再生可能エネルギーの活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 省エネルギー推進、再生可能エネルギーの活用に取り組む</li> </ul>
<b>Society</b> 社会との共栄	<b>社会 お取引先様</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社会の発展支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 地域社会での交流・支援活動に取り組む</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 地域社会への貢献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ユニセフへの寄付活動等を継続する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 原材料の安定調達</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 取引先様との協業を更に深めるとともに、調達ネットワークの安定化を図る</li> </ul>
<b>Human Resource</b> 多様な人材が 活躍できる職場作り	<b>従業員</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ダイバーシティの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 性別、年齢、国籍、障がいの有無などにかかわらず、多様な人材が活躍できる職場を作る</li> <li>• 女性の活躍を推進し、2026年3月末までに女性役職者（係長、チーフ以上）の比率を25%以上にする</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ワークライフバランスの実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 育児や介護をはじめとした多様な働き方へ対応する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 従業員の健康促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 従業員の健康増進への取組みを強化する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人材育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 将来を担う人材を計画的に育成する</li> </ul>
<b>Governance</b> 社会に信頼される 組織であり続ける	<b>株主・投資家 従業員</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 企業統治体制の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 迅速で効率が良く、健全かつ透明性の高い企業統治体制を構築する</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全社的リスクマネジメントの強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全社的リスクマネジメントを継続するとともに、BCPの強化に取り組む</li> <li>• コンプライアンスの遵守を徹底する</li> </ul>

ご清聴ありがとうございました。



こころつなぐ。笑顔かがやく。

KOKORO  
EGAO &