

2020 FUJICCO REPORT))

事業・社会・環境・ガバナンス統合報告
[2020年3月期]



おいしさ、けんこう、
つきつき、わくわく。))



フジッコは創業60周年です。

— 企業理念 —

フジッコの心

— 社 是 —

創造 - 路

Always Be Creative

～仕事を創造し 商品を創造し 人生を創造する～

私たちの目指す姿

自然の恵みに感謝し 美味しさを革新しつづけ 全ての人々を元気で幸せにする 健康創造企業を目指します

5つの行動指針

会社の持続的な発展とすこやかな社会の実現のために私たちは変わります!

情熱

熱くなれ!

情熱は周囲を巻き込み
意識と行動を引き出す

変革

変化を歓迎せよ!

知識と感性を磨き
時代の一步先を行け

挑戦

失敗を恐れず 挑戦せよ!

挑戦は新たな価値を
創造する

結束

志を一つにせよ!

決まったことは
実行あるのみ

尊重

謙虚に耳を傾けよ!

互いを尊重する姿勢は
新しい気づきを生む

フジッコレポート 2020

Contents

01	企業理念	13	人財
02	トップメッセージ	15	ガバナンス Governance
03	フジッコグループ 60周年のあゆみ	19	株主・投資家の皆様とともに
05	フジッコ流・サステナブル経営	21	取締役・執行役員
07	環境 Environment	23	2019年度総括
09	社会 Society	24	2020年度計画
10	消費者志向経営の取り組み	25	事業の概況
11	安心・安全の取り組み	29	企業価値向上の成果

発行にあたって

当グループでは、2003年にフジッコレポートの前身である「環境報告書」から非財務情報の発信に取りかかり、毎年少しずつ内容の充実を図ってまいりました。創業60周年を迎え、「フジッコレポート2020」のテーマは温故知新、これまでの歩みを意識して編集いたしました。ぜひ最後までご覧いただき、当グループの活動について理解を深めていただければ幸いです。

将来見通しに関する事項

この資料には、当グループの現在の計画や業績見直しなどが含まれております。

それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当グループが計画・予測したものです。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があり、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

創業60周年 “わくわく”未来づくりに 挑戦します。

フジッコ株式会社
代表取締役社長

福井 ふー



新型コロナウイルス感染症(COVID-19)により亡くなられた方々に謹んでお悔やみ申し上げますとともに、罹患された方々には心よりお見舞い申し上げます。

さて、2020年11月7日、フジッコは創業60周年を迎えます。

“昆布業界の頂点と味覚の頂上を目指す”

創業者 山岸八郎が「日本一の山 富士山」にちなみ株式会社富士昆布を立ち上げました。以来、今日までフジッコグループを取り巻くステークホルダーの皆様のご支援、ご協力をもちまして満60歳の還暦を迎えることとなり、心から感謝申し上げます。

還暦とは、干支が一巡し誕生年の干支に還ることを意味します。

創業の精神「そうぞうひとすじ創造一路」を大切に、これからも社会的課題の解決に取り組み、ステークホルダーの皆様とともに価値共創を実践し、商品とサービスを通じて全ての人々を元気で幸せにする「健康創造企業」を目指してまいります。

“健康と美容に富士の昆布”

これは創業時の企業メッセージです。食を通じて人々の健康に

お役に立ちたいという「フジッコの心」は60年経った今も営々と引き継がれております。

とろろ昆布「磯の雪」から創業し、常に美味しさと健康、安心・安全にこだわり、塩こんぶ、佃煮、煮豆、ナタデココ、お惣菜、そして「カスピ海ヨーグルト」まで業容を拡大し、フジッコの歴史はまさに挑戦とイノベーションの歴史とも言えます。

創業者からバトンを譲り受け、ここ数年は全社が一枚岩となって新・ガバナンス体制の構築に注力してまいりました。これからも引き続き、ステークホルダーの皆様が開かれた「いい会社」づくりに取り組んでまいります。

新企業メッセージ “おいしさ、けんこう、つぎつぎ、わくわく。”

相次ぐ自然災害、世界レベルの感染症の発生など将来予測をよそに不確実な内外情勢ですが、フジッコは持続的成長に向けた「わくわく未来づくりに挑戦します。

ステークホルダーの皆様におかれましては、今後ともなお一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2020年6月

フジッコグループ 60周年のあゆみ

60周年のあゆみ

1960年に「富士昆布」として創業した当社は、60周年を迎えました。「健康」、「おいしさ」、「安心・安全」に一貫してこだわり続けた道のりは、挑戦とイノベーションの連続でした。

昆布や豆などの日本の伝統食を社会的背景や変化するニーズを捉えてアレンジするとともに、「健康」を軸に世界の食文化を取り入れながら、自由な発想で新たな価値を生み出し続けてきました。

全ての人々を元気で幸せにする健康創造企業を目指して、「創造一路」^{そうぞうひとすじ}。これからもフジッコの挑戦は続きます。

1960年
磯の雪発売



1966年
ふじっ子発売



1970年
純とろ発売



1971年
ふじっ子煮発売



1976年
おまめさん発売



1986年
おかず畑発売



1960

1965

1970

1975

1980

1985

創業期

成長期

沿革

1960～

1960年 創業

㈱富士昆布を創業。当初は創業者 山岸八郎の自宅を工場としていた。1963年、西宮工場、1968年、フジコン食品(株)(現・浜坂工場)を設立。



▲1960年代当時のとろろ昆布製造機械

1963年 TVCMでの広告活動開始



▲創業商品「磯の雪」TVCM(1963年)

1970～

1972年 製造拠点の拡大

販売拡大が続く中、3番目の工場として和田山工場の操業を開始。1976年には初の関東圏の生産拠点として「ふじっ子食品(株)関東工場(現・関東工場)」の操業を開始。

1974年 ベルマーク運動への協賛開始

元々教育者であった創業者が教育支援と子供起点の販売戦略を兼ねた活動として開始。

1976年 ロングセラー商品の誕生

とろろ昆布と塩こんぶを2本柱として成長してきたが、次なる成長の柱として新商品を開発。カップ入り佃煮「ふじっ子煮」、合成保存料・合成着色料・漂白剤無添加の「おまめさん」を発売した。



▲発売当初の「おまめさん」(1976年)

1980～

1980年 社是「創造一路」制定

創立20周年を機に改訂した「ふじっ子経営憲章」の中で社是「創造一路」を制定した。「仕事を創造し、商品を創造し、その上に立って社員が自らの人生を創造する」という意味。



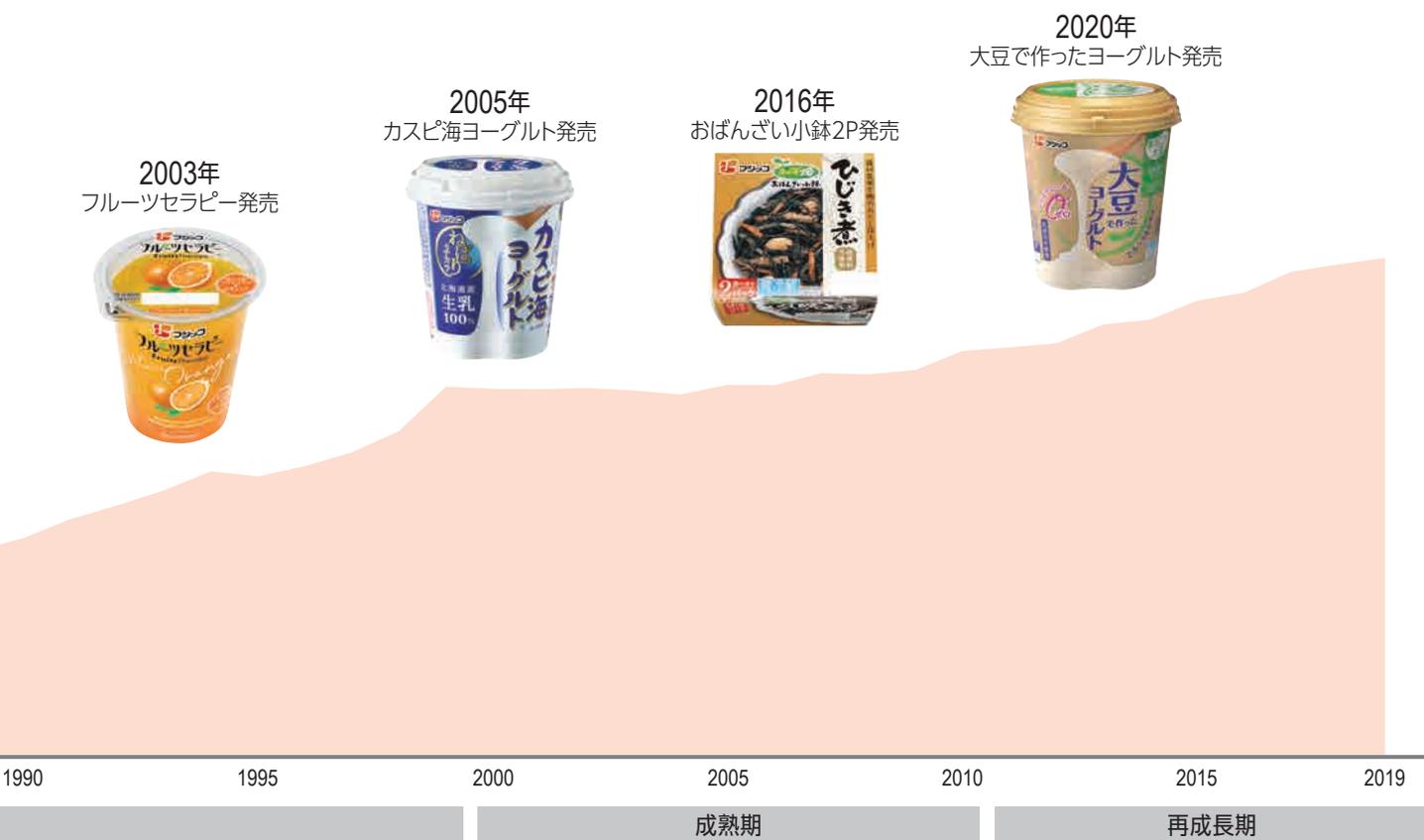
▲「創造一路」が刻まれた記念碑

1985年 フジッコ(株)に社名変更

消費者に親しまれているブランド「ふじっ子」をカタカナ表記とすることで昆布製品メーカーという狭い枠からの脱却を表現した。



▲(株)富士昆布の企業ロゴ



1990～

1990年 株式公開

大阪証券取引所第2部に上場。

1997年に東京・大阪証券取引所第1部に昇格。



▲ 上場通知書を受け取る山岸八郎

1991年 神戸に本社を移転

創業の地である神戸に新社屋「フジッコFFセンター」を建設、本社を移転した。FFとは、「Foods & Foods Future (食と食品の未来を考える)」の略語。



▲ フジッコFFセンター

2000～

2002年 「カスピ海ヨーグルト」事業を開始

京都大学名誉教授の家森幸男教授(当社・元社外取締役)がジョージアから持ち帰った「カスピ海ヨーグルト」種菌の製造・頒布を開始。



▲ 家森幸男教授と山岸八郎

2004年 社長交代、新経営体制発足

新社長に福井正一が就任し、新たな経営体制がスタートした。



2010～

2018年 新企業理念を制定

従業員の自主性を育む組織風土を一層醸成するとともに社会におけるフジッコの存在意義を明確にすることで共通の価値観の下、力強い成長を実現するため、新企業理念「フジッコの心」を制定。

2019年 (株)フーズパレットを買収

フジッコ(株)本社と同じ神戸・ポートアイランド内の中華惣菜の製造・販売を行う(株)フーズパレットを子会社化。

従来の和・洋に加え中華惣菜へのおかず事業拡大を図る。



▲ (株)フーズパレット幹部との交流会

フジッコ流・サステナブル経営



フジッコ流・サステナブル経営

5つの健康

当グループは、企業を取り巻く社会環境の変化や社会的課題を中長期的な視点で捉え、売上・利益の持続的発展(財務の視点)と社会的課題の解決(非財務の視点)を同時実現させることを目指し、フジッコ流・サステナブル経営の柱として“5つの健康”を打ち出しました。5つの健康は、健全経営、健康経営、健康提供、健康社会、地球健康であり、当グループはステークホルダーの満足度を向上させ社会から真に必要とされる「いい会社」となることを目指します。

健全経営	主に会社・株主が対象となり、生産性の向上、保有資産の整理等を進め、バランスシート・収益性、そしてROEの改善に注力します。また、ガバナンス・コンプライアンス対応も強化します。
健康経営	主に従業員が対象となり、健康増進、働き方改革、評価と報酬制度の改革を進めます。
健康提供	主にお客様が対象となり、美味しさの革新、予防栄養学的商品の開発、食育の推進に取り組みます。
健康社会	主に地域社会が対象となり、食品ロス削減、地域産業との連携のみならず、健康社会の形成にかかる寄付もやみません。
地球健康	地球レベルまで広げ、全社的なSDGs活動を推進し、循環型エネルギー、脱プラ等の地球環境に配慮した経営に取り組みます。

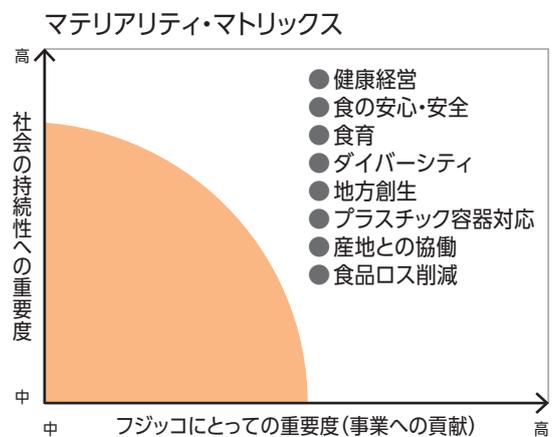
SDGsの推進

当グループは、SDGsについて企業の持続的成長に向けた経営戦略として本業とリンクさせて取り組むべきものと認識しております。1960年の創業以来、当グループは食の安心・安全や食育活動、ベルマーク運動を通じた教育支援等、様々な社会貢献活動を行ってきました。SDGsの基本的な理念「誰一人取り残さない」は、“全ての人々を元気で幸せにする健康創造企業”を目指す当社の理念と合致しており、これからはSDGsの取り組みを推進することで“5つの健康”の実現を目指します。

SDGsに取り組むにあたり、当グループとして優先的に取り組むべき社会的課題を特定しました。限りある経営資源を優先取り組み課題に対して適切に投下していくことで、より実効性のある取り組みとします。

優先取り組み課題選定手順

- 1 これまで取り組んできた事項に加え、SDGs等を参考に社会的課題を洗い出します。
- 2 SDGs推進委員会メンバーで、グループ事業への重要度と社会の持続性への重要度の視点からマテリアリティ・マトリックスにプロットします。
- 3 社内取締役全員が出席する常務会に提示し、決議します。



SDGs推進委員会

2020年4月より、SDGsを経営課題の一つとして推進するため、取締役を委員長とするSDGs推進委員会を発足しました。上記の手順で決定した優先取り組み課題について、推進責任者(執行役員または部門長クラス)を定め、課題ごとに設定したKPIの達成を目指します。SDGs推進委員会は四半期に1度開催し、各取り組み課題の進捗報告を行い、相互に助言・協力することで推進活動を力強いものとするとともに、相互モニタリングにより活動に規律を与えます。





環境

環境基本方針

当グループは、「すこやかフジッコ」を合言葉に日本の伝統食・伝統食材に基づいた、健康という付加価値を持った商品を創り出しております。

健康という付加価値をもつには、まず、素材と従業員が健康でなくてはなりません。そのためには、地球環境が健康であることが不可欠であります。近年、私たちの住む地球は、科学技術の発達と生活環境の変化によって汚染が進み、食品の安全性を含め生活環境の破滅を招く事態となっております。

ここに、食を通じて社会の役に立ちたいと願うフジッコは各工場において環境に配慮した生産活動を行い、地球環境の改善ならびに地球環境への負荷軽減に資するよう、絶えず努力することを誓います。

環境行動指針

- 1 事業活動に関わる環境側面を常に配慮し、環境マネジメントシステムを構築することにより、環境保全活動の継続的な向上を図ります。
- 2 食品工場の宿命として水の使用量が多いこともあり、水質汚濁防止のため工場排水を重点的に管理し、地域社会との共生を図ります。
- 3 主な消費エネルギーである電力や重油の節減に取り組むとともに廃棄物の低減化、リサイクル、リユースにも努力します。
- 4 環境基本法を中心とした環境関連の法律・規制・協定を遵守するとともに、国際環境規格を守ります。
- 5 中期目標と単年度目標を設定し、毎年見直しを行って改善に努めます。

プラスチック容器対応の取り組み

当グループは、SDGsにかかる優先取り組み課題の一つとして「プラスチック容器対応」を開始しました。プラスチックの過剰使用をもたらす海洋ごみ問題や地球温暖化問題は、昆布や豆などの自然の恵みを資本に事業活動を行う当社と社会全体に共通する重大な懸念事項であることを認識し、以下の取り組みを進めていきます。

Reduce

(プラスチック資源の使用量削減)

容器包装を薄くしたり、軽量化・小型化することによりプラスチックの使用量削減を進めます。

Replace

(持続可能素材への変更)

食品衛生の担保や十分な賞味期限の確保を前提として、容器メーカーや小売業者等との協働により持続可能な素材(紙・再生プラ・生分解プラ等)への代替に取り組めます。

Recycle

(プラスチックの再資源化)

パッケージデザインや栄養成分表示等を紙ラベルではなく容器自体に直接印字するなど単一素材化することで使用後にリサイクルしやすいデザインに容器包装の変更を進めます。

環境負荷低減の取り組み

各工場における環境負荷低減の取り組み(抜粋)

和田山工場

- 煮豆(袋、カップ)製品をレトルト殺菌機で冷却する際の冷却水を殺菌→次亜塩素酸ナトリウムの添加と砂ろ過装置で水再生処理→製品の殺菌、冷却のサイクルで再利用しています。2019年度は、95,318㎡を処理し再利用しました。

東京工場

- 9月に食品コンビニート内の清掃、11月に船橋駅周辺の清掃を社外活動として、市の清掃活動に参加しています。コンビニート内の清掃は、出勤者が多い日に実施する事で例年より参加者が増加しました。
- 生ごみ処理機を導入し、生ゴミ処分業者処理委託量を削減しました。

関東工場

- コージェネレーションシステムや排水処理で出た排ガスを燃料としてボイラーを動かし現場の蒸気として使用しています。

浜坂工場

- 蛍光灯照明からLED照明への変更、コンプレッサの高効率仕様への更新等により、12,949kwh削減しました。
- 設備改善や作業方法の改善等により食品廃棄物の発生量を30%削減しました。



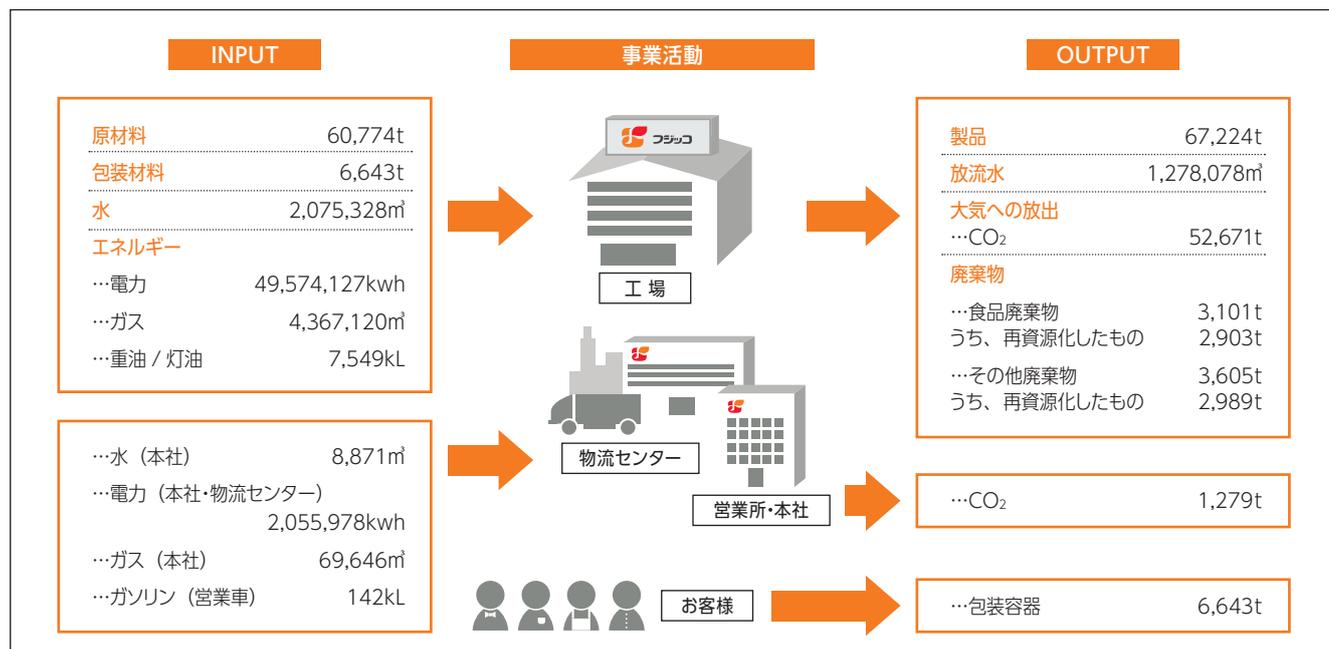
太陽光発電事業

当グループでは、エネルギー自給率の向上、環境負荷の軽減及び安心して暮らせる社会の実現に微力ながら貢献したいという想いから、2013年7月より物流センターや工場の屋上などを利用した太陽光発電を行っております。

発電量の推移

2019年度実績	2020年度実績
1,254,371kwh	1,321,442kwh

◆ 環境負荷の全体像 (2019年度)





食育の取り組み

当グループでは、2008年より組織横断型活動として食育推進委員会を組織し、食育活動に取り組んできました。食を知り、食を楽しむことを通じて、元気で幸せな社会を未来へつなぐ“健康提供”の一つです。

黒豆で親子食育体験

2009年から「黒豆で親子食育体験」を毎年行っています。「丹波黒」発祥の地である兵庫県丹波篠山市へ小学生の親子を招待し、作付け(6月)、黒枝豆の収穫(10月)、おせち料理教室(12月)と、おせち料理の定番である黒豆が畑から食卓に並ぶまでの一連の過程を楽しむ体験型食育プログラムです。2019年は、台風19号の影響により収穫体験イベントが中止となる前例のない事態となりましたが、参加者が6月に植えた黒枝豆を社員で収穫して参加者へ発送、12月にはおせち料理として美味しくいただくことができました。



▲ 黒豆作付け体験



▲ おせち料理教室

豆や昆布の食育出前授業

2019年度より、豆と昆布についての知識に関する社内検定資格「まめこん」検定がスタートしました。従業員の製品知識の向上による業務のレベルアップとともに社外でも活躍する出前授業の講師を育成します。初年度は初級に200名の従業員が合格しました。

「まめこん検定」合格者による出前授業も順次実施しており、2月4日には、神戸市立なぎさ小学校の2年生102名を対象に「豆の出前授業」を実施し、豆に関するクイズや節分と豆の関係などをお話しました。

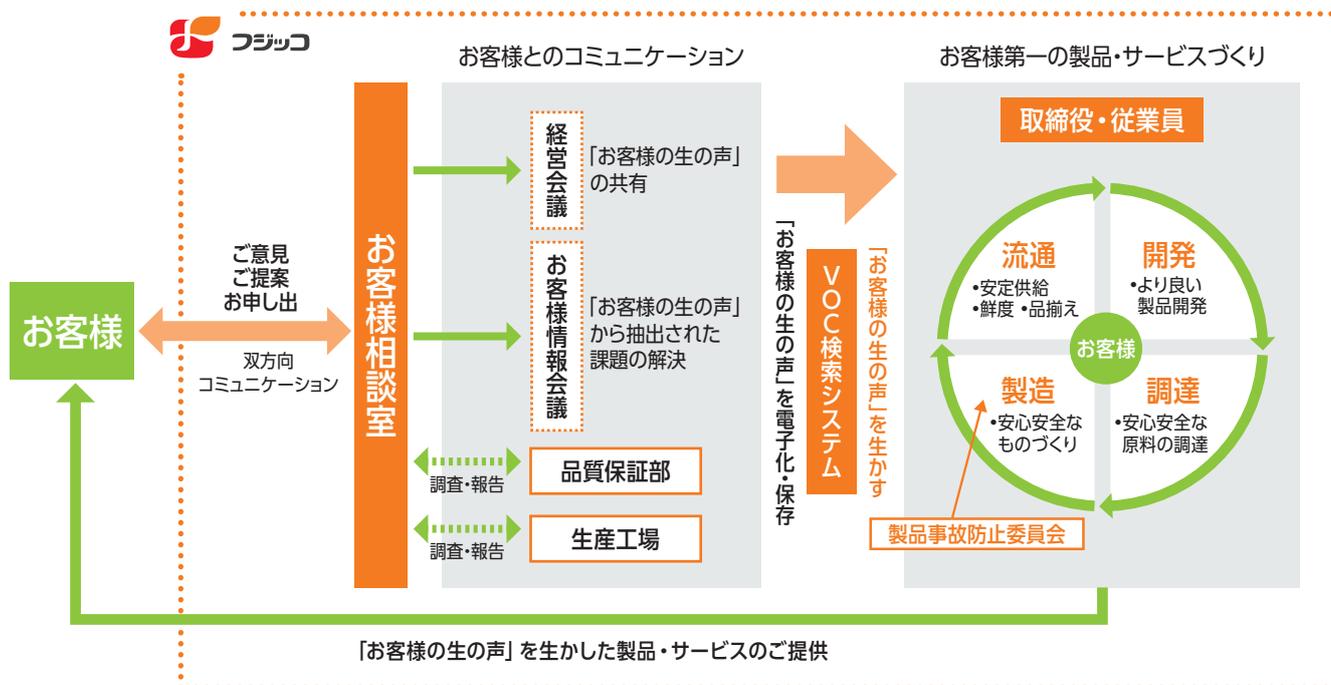


▲ 出前授業

消費者志向経営の取り組み

当グループは、生理機能、予防医学、伝統食文化などの研究をベースに、自然な素材を生かした安心・安全な高品質な商品・サービスを提供することにより、お客様の健康増進をサポートする健康創造企業となることを目指しています。2017年1月16日、「消費者志向自主宣言」を公表し、お客様をはじめとするステークホルダーの皆様とお約束しました。

「消費者志向自主宣言」具現化の仕組み



消費者志向経営の取り組み

【2019年度の取り組み】

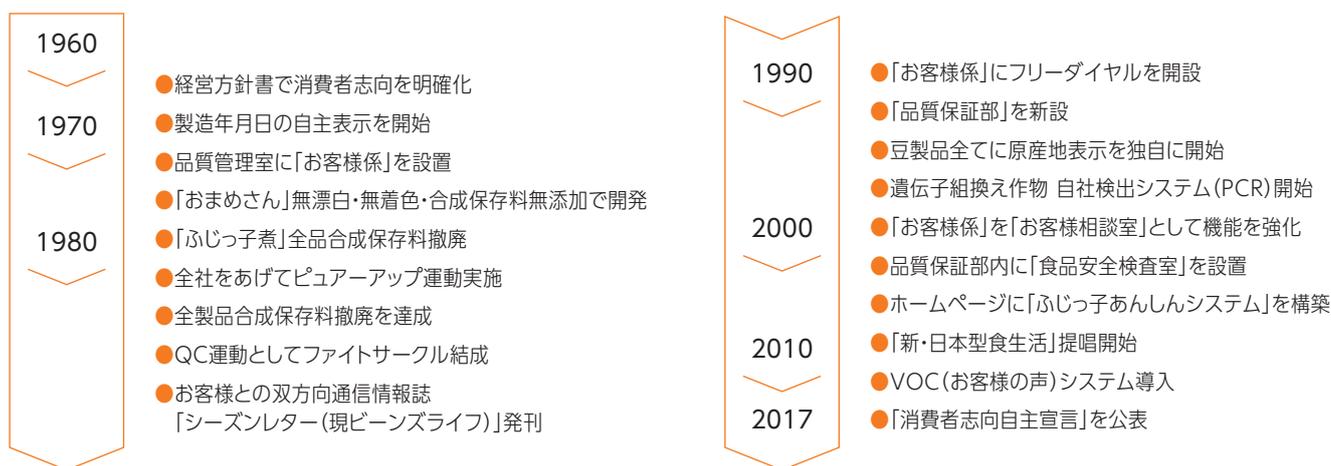
2019年は、「消費者志向自主宣言」3年目として、消費者志向経営の更なる具現化を目指し、社内研修や各種会議等での「お客様の生の声」の共有を通じて、関連部門だけでなく従業員一人ひとりが各々の立場から“お客様第一”に考え「お客様の生の声」を意識する風土づくりを推進しました。

【2020年度の取り組み方針】

2020年は、お客様第一主義の下、企業理念にふさわしい技術・開発とサービスの提供を通じて、社会的課題の解決に貢献し、お客様から信頼され続けることを目指してまいります。

- SDGsに基づく社会的課題の解決に向けた全社的な活動推進
- 事故防止委員会主導のHACCP 制度化の対応を推進

お客様第一主義の軌跡



安心・安全の取り組み



製品事故防止委員会の取り組み

2017年4月に発足した製品事故防止委員会では、製品事故防止運動を統括する最高意思決定機関として「活動の4本柱」を掲げ、品質保証の新しいマネジメント体制の強化に取り組んでおります。

2019年度においては、前年までの取り組みに加えてヒューマンエラー防止への取り組み、HACCP※1制度化に向けて食品安全マネジメント規格「JFS-B」※2認証取得への取り組みを行いました。

冬季から流行した新型コロナウイルスの影響が各場面であったものの、品質保証・品質管理部門の努力により、お客様からのお申し出件数は前年比22%削減することができました。

2020年度につきましては、日本発の食品安全マネジメント規格「JFS-B」の認証取得を実現し、全工場でHACCPによる食品安全管理の強化を図ります。

製品事故防止委員会活動の4本柱

- (1)未然防止活動
- (2)作業マニュアルの整備と監査
- (3)施設・設備のメンテナンス体制の充実
- (4)現場力を高める人財育成



- ① 食品安全(フードセーフティ)※3
- ② 食品防御(フードディフェンス)※4

※1 HACCP…食品の製造工程における衛生管理手法。2020年より義務化。

※2 JFS-B…HACCPを包含する日本発の食品安全規格。

※3 食品安全(フードセーフティ)…自然に起こり得る、あるいは意図せず起こる食品汚染からの保護。

※4 食品防御(フードディフェンス)…意図的な食品汚染からの防御。

品質保証部長より VOICE

お客様に安心・安全な商品喜んで食べていただけるように、毎年、品質保証体制の強化を図ってきました。この取り組みが少しずつ実を結び、お客様からのお申し出件数も毎年減らすことができ、5年間で約65%削減することができました。

今年度は、食品安全マネジメント規格JFS-Bの認証取得を実現し、さらに商品の安全性のレベルアップを図り、お客様の満足度の向上を目指していきます。

品質保証部長 門脇 健





お客様相談室の取り組み

「消費者志向自主宣言」具現化に向け、お客様と会社をつなぐ窓口であるお客様相談室は、お客様満足度の向上に貢献するため、社長直轄部門として以下の活動に取り組んでいます。

①お客様情報会議の開催

「お客様情報会議」を毎月開催し、日常頂いている「お客様の生の声」から、取り組むべき課題を抽出・提案し、お客様満足につなげる活動を進めています。2019年度(2019年4月～2020年3月)は、重要性の高い71件の課題を取り上げ、完結したものを含め63件について対応方針を明確にしました。

②『お客様の生の声』の会議体での共有

フリーダイヤルで頂く「お客様の生の声」を経営層や生産工場長が出席する各会議体で共有し、お客様のお申し出やお問合せに至る「心の声」を共有することで、“お客様ファーストのフジッコ”であることへの意識強化を図っています。

③お客様対応品質の向上

お客様満足度の向上を実現するためには、最初にお客様の声を承るお客様相談窓口のスキルを向上させねばなりません。そのため、集合研修や外部の研究会などにも積極的に参加し研鑽を重ねることで、お客様対応スキルの向上に取り組んでいます。2020年度は、「一つひとつを丁寧に、心に残る対応を」をお客様相談室のスローガンとし、誠実な心のこもった対応により、ロイヤルカスタマーを育成し、フジッコの商品をお客様のご家族や知人にも安心して勧めていただけるように取り組んでいきます。また、「VOC(お客様の生の声)から生まれる価値の社内提案活動」を充実させ、多くのお客様にお喜びいただける商品やサービスを提供できるよう、日々邁進することを心がけています。



お客様相談室長より VOICE

お客様相談室としてお客様からの「真の声」を具体化する重要な役割を果たすため、お客様から頂くお声の一つひとつを商品の開発・改善・サービス向上につながる提案として受け取め、改善活動の進捗管理をしっかりと実施しながら確認、検証をしていきたいと思えます。

2020年度は、「消費者志向自主宣言」も4年目となります。お客様対応のスピードアップとともに対応後の満足度の調査と向上にも取り組んでまいります。

お客様相談室長 川端 成治



健康経営

フジッコグループでは、2017年度から働き方改革の取り組み「すこやかフジッコ大作戦」を展開しています。

【2019年度の取り組み】

健康診断受診率100%を達成

今後は健康診断での会社補助の範囲を少しずつ広げていくことが課題です。

ストレスチェックによる組織分析診断を実施

部署ごとのストレス度を可視化し、過重なストレスがかかる職場についての対策を検討し始めました。

また高ストレス者には無料の産業医面談を推奨しています。

カウンセリングルームの立ち上げ

現在は1カ所・週1回の頻度ですが、3カ所、5カ所、10カ所と拡大し、メンタルヘルスケアのため、全ての事業所の社員が年1回の定期カウンセリングを受けられるようにします。

【2020年度の方針】

フレックスタイム制の導入

社員が出社や退社する時間の自由に決められるフレックスタイム制を導入し、生活と業務の調和を図りながら、効率的に働き、労働時間そのものを短縮するようにします。社員一人当たりの年間労働時間を毎年2%ずつ引き下げていきます。

アプリによる運動習慣づくり

「歩く」「走る」「筋トレする」「ストレッチする」など一人ひとりの社員が運動を習慣化できるように、アプリなどを利用した健康支援を行います。

人事総務部長より VOICE



「組織は人なり」というように、会社の発展や事業戦略の成功は人財があってこそです。

2019年度よりスタートした新・人事制度では、教育研修制度の充実と目標管理制度の再設計を行い、マネージャーのレベルアップに努めました。2020年はさらに人事制度全体を刷新し、一人ひとりが役割責任を果たしつつ、自らのキャリアを自律的に創りあげていけるよう、検定・資格取得を支援する仕組みや社内インターンシップ制度をスタートさせており、意欲的に取り組む社員の背中を後押しする仕組みとなっています。

人は良い環境と共に生涯発達し、変化し、成長します。職場が「心理的安全の場、自己実現につながる場」となる事を目指していきたいと考えています。

執行役員
人事総務部長 寺嶋浩美

ダイバーシティ

2019年度は次世代育成支援対策推進法に基づく「一般事業主行動計画」の最終年でした。また、2021年3月末には女性活躍推進法に基づく「女性管理職比率5%」の達成期限が控えていることもあり、全力を挙げて次の3点に取り組みました。

女性リーダーの育成

2017～2018年度に実施した「Pal-netフォーラム」(女性社員の活性化を目的とした交流イベント)に代わり、リーダーとしての活躍が期待される女性社員に対してキャリア開発と意識改革を行いました。

管理職候補の係長層には取締役との意見交換の場を設けて視野を広めるきっかけ作りを、また中堅リーダー層には他流試合により視野を広げるトレーニングを行いました。研修の成果もあり、両コースの参加者のうち約半数が2020年4月に昇格しました。

マネジャー層に対するダイバーシティ教育の実施

職場環境に大きな影響を与えるのはマネジャーです。その意識改革を目的に、新任役職者(課長・係長)研修においてダイバーシティ教育を実施しました。

VUCA*時代、組織業績を達成していくためには部下の多様性を活かしたマネジメントができるかどうかがかギとなります。参加したマネジャー層からは、「部下について意外と知らないことに気づいた。日頃のコミュニケーションから見直したい」と内省の声が聞かれました。

テレワーク勤務制度の導入

生産性向上とキャリアの継続、またBCPの観点からテレワーク勤務制度を導入しました。

2018年より小規模なテストを繰り返し、その度に課題をクリアしながら進めて来たため、導入時には大きな達成感がありました! 直後に新型コロナウイルスの感染予防のため、本社勤務者や全国の営業所で在宅勤務が開始され、テレワーク勤務規程に則り、一気に普及・浸透しました。実践してみるとコミュニケーションの取り方や成果の評価方法など課題も多くありますが、コロナ禍でも業務が継続できる仕組みを導入できたことは大きな成果です。

*VUCA…Volatility(変動性)、Uncertainty(不確実性)、Complexity(複雑性)、Ambiguity(曖昧性)の頭文字で、将来の予測が困難な状態。

【2020年度の方針】

2020年度は、「今までの当たり前」が通用しない新しい時代のはじまりです。一人ひとりが自分の持ち味を活かして活躍し、組織の活性化と業績向上につなげていけるような仕掛けと仕組み化に尽力してまいります。

女性管理職比率

集計対象組織：フジッコ(株)、フジッコウイナリー(株)、味富士(株)

	2017年3月		2018年3月		2019年3月		2020年3月	
	人数(名)	比率(%)	人数(名)	比率(%)	人数(名)	比率(%)	人数(名)	比率(%)
男性	85	96.6	90	96.8	96	98.0	106	98.1
女性	3	3.4	3	3.2	2	2.0	2	1.9
合計	88	100.0	93	100.0	98	100.0	108	100.0

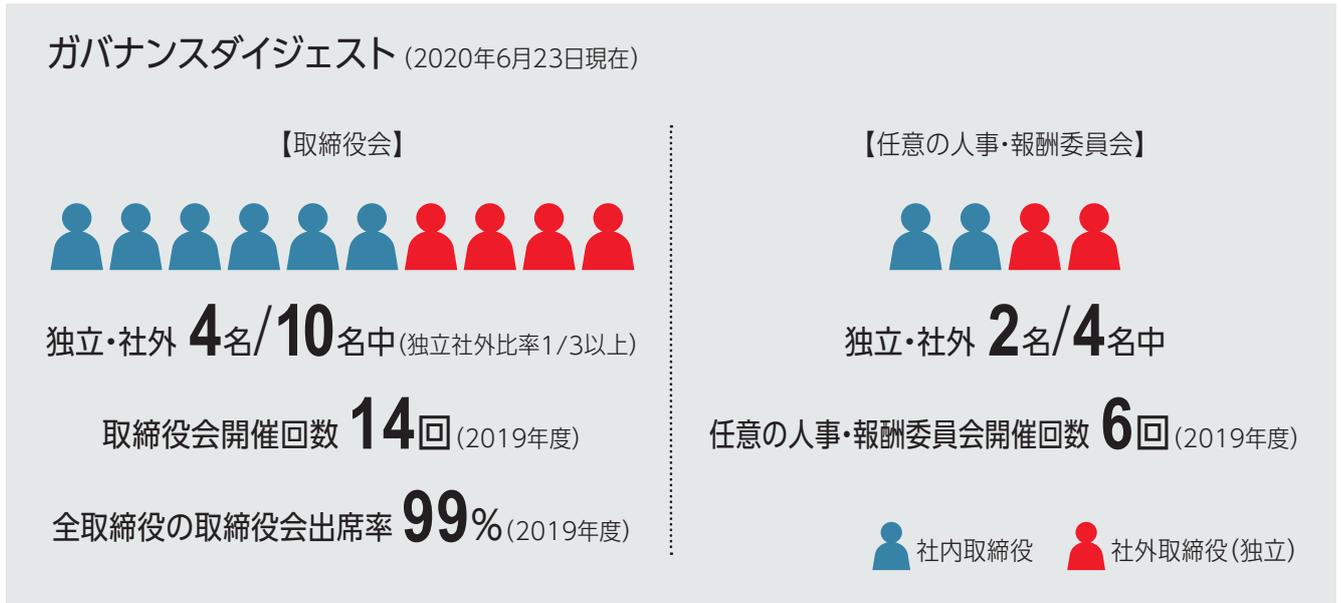
障がい者雇用数推移

集計対象組織：フジッコ(株)

年度	2017	2018	2019	2020
障がい者雇用率	1.83%	1.70%	1.83%	1.98%

基本となる考え方

当グループでは、株主の皆様をはじめ、お客様、地域社会、従業員などのステークホルダーの皆様からの信頼を高めるため、法令を遵守し、倫理観をもって企業の社会的責任を果たすこと、また、迅速で正確な情報把握と意思決定及び適時な情報開示を行い、事業活動を通して適切な利益を確保するとともに、フジッコブランドの強化と資産の有効活用を通して、企業価値を高めていくことを基本方針としています。

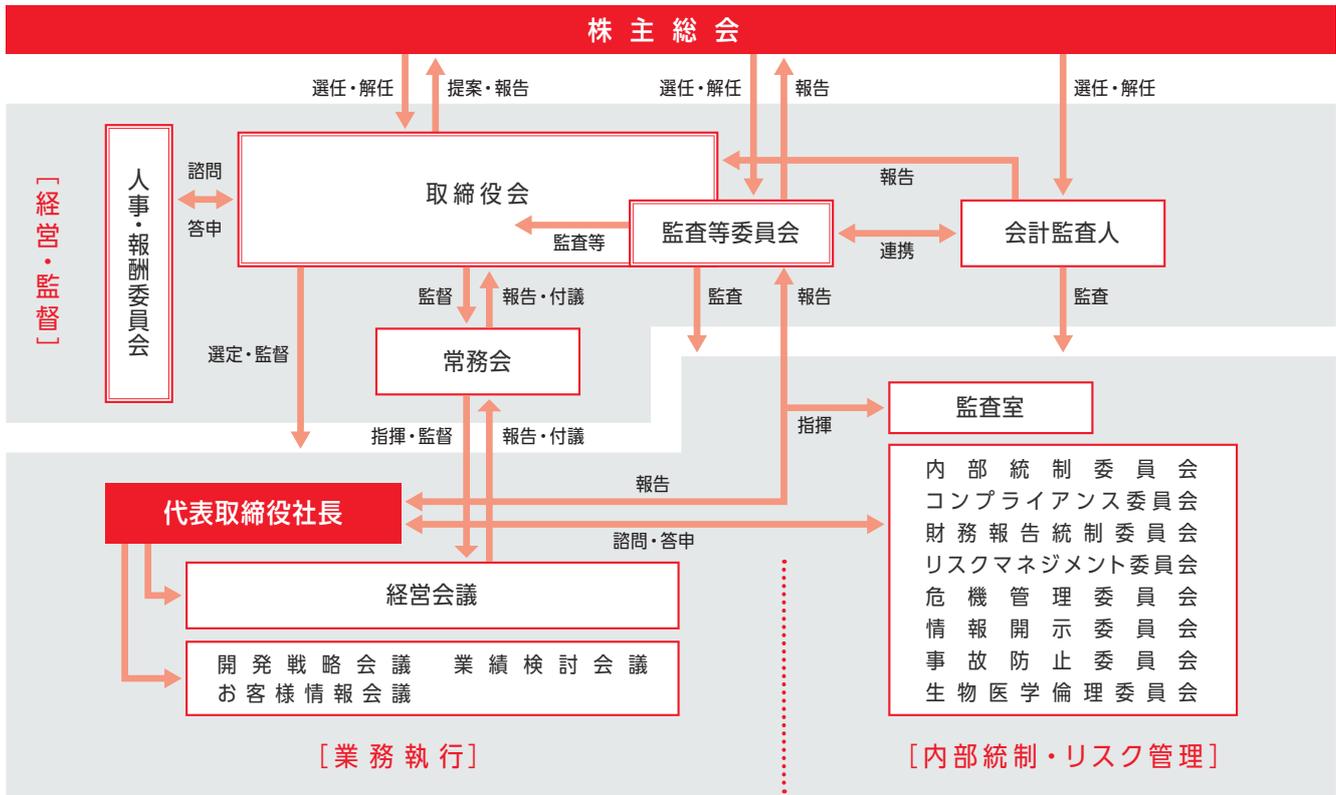


コーポレート・ガバナンスの進化

2010年以降の主なコーポレート・ガバナンスの取り組み内容は以下のとおりです。

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
監査等委員である取締役以外の取締役	16名	18名	15名	14名	10名	7名	6名	7名			
社外取締役		1名	2名	3名	4名						
うち独立役員			1名	2名	3名	4名					
経営と業務執行の分離						15年～ 常務会の設置 15年～ 執行役員制度の導入					
取締役会の監督機能強化							16年～ 監査等委員会設置会社への移行				
取締役の指名と報酬の透明性向上									18年～ 任意の人事・報酬委員会を設置		
取締役会の実効性を高める取り組み							16年～ 取締役会の実効性評価を開始				
子会社の吸収合併	6社	7社	6社	3社	4社						
英文開示の整備							17年～ 英文決算短信 18年～ 英文アニュアルレポート 19年～ 英語版ホームページリニューアル 20年～ 招集通知の英訳				

◆ コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会

取締役会は毎月1回定期開催するとともに、必要に応じて臨時に開催しております。法定の決議事項のみならず、企業価値向上につながる会社の重要な意思決定や業務執行の監督等を行っています。

監査等委員会

当社は、監査等委員会設置会社制を採用しています。監査等委員会は、常勤の監査等委員である取締役1名と、財務・会計・経営戦略等に関する高い見識を有する監査等委員である社外取締役2名から構成されています。

任意の人事・報酬委員会

取締役の指名及び報酬の決定プロセスに関して透明性と客観性を確保することを目的に取締役会の諮問機関である「任意の人事・報酬委員会」を設置しています。独立社外取締役2名、社内取締役2名から構成され、取締役の指名と報酬について取締役会へ諮問します。

主な委員会

- リスクマネジメント委員会** (役割) 企業リスクの評価・予防し、制御する仕組み・制度・教育
- 財務報告統制委員会** (役割) 財務報告に係る内部統制の整備・運用状況の評価
- 情報開示委員会** (役割) 法令を遵守した迅速、正確かつ公平な企業情報の開示
- 危機管理委員会** (役割) クライシス局面の際、迅速に適切な事後対応を行い、発生後の損害を最小限に留める
- 事故防止委員会** (役割) 製品事故防止運動を統括する最高意思決定機関として品質保証のマネジメント体制の強化
- 生物医学倫理委員会** (役割) ヒト対象の研究等がヘルシンキ宣言*の趣旨に添った倫理的配慮があるかの評価

*ヘルシンキ宣言…世界医師会により作成されたヒトを対象とする医師や研究者が守るべき倫理的原則。

取締役の指名と報酬の透明性強化

当社は、取締役の指名と報酬の透明性及び公平性を高めるため、「任意の人事・報酬委員会」を2018年度より設置しております。また、当社は取締役会が取締役の指名及び報酬を決定する方針と手続を定めております。

【取締役の指名】

取締役会全体のバランスを配慮しつつ、専門知識、経験等が異なる多様な取締役候補者を指名しております。取締役候補者の員数は定款で定める12名以内の適切な人数としており、現在、取締役会は取締役（監査等委員である取締役を除く）7名、監査等委員である取締役3名の10名で構成されており、そのうち4名が独立社外取締役です。社外取締役は多様な経歴、豊富な経験と知見を有しております。取締役の指名にあたっては、「任意の人事・報酬委員会」において指名の方針に基づいて選定された取締役候補者案を取締役会において承認し、株主総会に議案として上程され、採決を受けております。

【取締役の報酬】

取締役の報酬等は、会社業績及び個々の業績との連動性を高めることにより、取締役の継続的かつ中長期的な業績向上へのモチベーションの高揚を促し、企業価値の向上を図ることを方針としており、定額の基本報酬及び株式報酬（ストックオプション）から構成されております。当社の取締役（監査等委員である取締役を除く）の報酬は、「任意の人事・報酬委員会」で報酬の方針に基づいて個人別の支給額・交付株式数の原案作成・検討の上、株主総会で決議された額の範囲内で、取締役会の決議により決定しております。監査等委員である取締役の報酬については、株主総会で決議された総額の範囲内において、監査等委員会の協議により決定しております。

取締役会の実効性評価

当グループは、取締役会の実効性を継続的に高めるため、取締役会の実効性評価を毎年実施しています。

1. 評価の実施方法

取締役全員に対するアンケート（全4区分・28項目）の実施（2019年12月）

アンケートの区分は以下の通りです。

- ①取締役会の構成 ③取締役会の議題
- ②取締役会の運営 ④取締役会を支える体制

全取締役による自己評価結果のディスカッションと課題の抽出（2020年2月）

今後の改善方向の確認（2020年3月）

2. 評価結果の概要

当社取締役会としては、上記を踏まえて議論した結果、①～④の全ての区分において、当社の取締役会は概ね適切に機能しており、取締役会は有効であったと評価しました。前年度に実施した調査から改善が見られた項目は以下の通りです。

- ・取締役会の年間スケジュール、予想される審議事項についての事前決定
- ・企業価値向上のためのディスカッション機会の増加
- ・内部統制ならびにリスク管理体制の整備・拡充

2019年度の実効性評価において抽出された課題と改善方針は以下のとおりです。

抽出された課題	改善状況
独立社外取締役の在任期間	再任が重なり在任期間が長期化することを避け、社外取締役に期待される独立性に疑義が生じ得ることに配慮した最大の期間（8年）を設定することとしました。
「任意の人事・報酬委員会」の透明性・実効性の向上	「任意の人事・報酬委員会」の開催内容について取締役会で報告することとしました。
後継者育成計画の策定	取締役会で定期的にディスカッションを行うこととしました。
中期経営（事業）戦略ディスカッション	中期経営計画の進捗確認と戦略そのもののディスカッションを取締役会で実施することとしました。
内部監査部門との連携強化	業務執行取締役との意見交換会の開催とともに、内部監査機能担当取締役として最高財務責任者（CFO）が兼務することを決定しました。

政策保有株式の保有方針

当社は、取引関係がなく安定株主の形成等を目的とした、いわゆる「持ち合い株式」を保有しておらず、また、今後も保有しません。それゆえ、政策保有株式について、取引の関係維持・強化など保有意義が認められる場合を除き、保有しないことを基本方針としています。

政策保有株式の売却については、当社の安定的な企業価値向上に資するか否かの定性的な観点のほか、評価差益や配当収益等の定量的な観点も踏まえ、毎年取締役会で検討しています。

また、保有有価証券の価格変動については、当グループの事業等のリスクとして認識しており、2015年6月1日にコーポレートガバナンス・コードが施行されて以降、政策保有株式の縮減に取り組んでまいりました。

	投資有価証券 貸借対照表計上額 (百万円)	保有目的が純投資 目的以外の投資株式 (銘柄数)
2015/3期末	6,683	59
2016/3期末	6,726	56
2017/3期末	6,365	50
2018/3期末	7,650	49
2019/3期末	5,007	47
2020/3期末	3,941	46

コンプライアンス

当グループ横断的なコンプライアンスリスクの把握、分析を目的として、代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会を設置しております。また、法令遵守を明文化した「フジッコグループの倫理基準」を当グループ全役職員に周知徹底させるとともに経営トップの指針を明示して、法令遵守、企業倫理の維持が経営の根幹であることを当グループ全体に徹底しております。

当グループは、当グループの役職員が、コンプライアンス上疑義のある行為等について、社内の通報窓口又は社外の弁護士を通じて会社に通報できる内部通報制度を設置・運営しております。コンプライアンス体制の維持・向上のため、法務知財部によるコンプライアンス研修、購買部門を対象に下請法研修を定期的実施しております。

フジッコグループの倫理規準

1. 法令の遵守

- ・国内外の法令および規則、社内規則を遵守し、公序・良俗を大切に、高い倫理観の下で行動します。

2. 人権の尊重

- ・人権を尊重し、人種、信条、宗教、国籍、年齢、性別、門地、心身などに基づく差別をしません。
- ・性的嫌がらせおよび嫌がらせと誤解される発言、行動を認めません。
- ・権力・地位を不当に利用した嫌がらせを認めません。

3. 安心、安全な製品への取り組み

- ・食品製造業に携わる者として、常に安心で安全な製品づくりに取り組みます。

4. 顧客、取引先との関係

- ・信義、誠実、公正、透明な対応を心がけ良好な関係の構築に努めます。
- ・公正かつ自由な競争を維持、促進することに努めます。
- ・取引先等の役職員に対し贈賄行為、不正な利益の供与を行いません。また、受けることはありません。

5. 職場環境の確保

- ・労働関係法令を遵守し、安全・衛生で健康に十分配慮した、働きやすい職場環境の確保に取り組みます。

6. 守秘義務、知的財産権の尊重

- ・会社の機密情報を許可なく第三者に漏洩したり、不正に使用しません。
- ・顧客、取引先など第三者の機密情報も会社の機密情報と同様に扱います。
- ・ソフトの不正コピーなど第三者の知的財産権を侵害しません。

7. 公私の厳密な区別

- ・会社の利益に反する行為は行いません。
- ・会社の資産や経費を会社の利益に反して使用することはありません。

8. 反社会的勢力への姿勢

- ・反社会的勢力および団体に対しては、毅然とした態度で臨み、反社会的行為には一切加担しません。

9. 地球環境保全への配慮

- ・地球環境の保全に役立つことを考え、有害な行動をとりません。

10. 社会的責任の遂行

- ・良き企業市民として、よりよい社会の実現に向け積極的に社会貢献に努めます。
- ・様々な関係者の理解および支持を得られるよう積極的に企業情報を開示し、透明性の高い経営を行います。

株主・投資家の皆様とともに

1990年12月25日、当社は大阪証券取引所市場第二部に念願の新規上場を果たし、3,210円の初値をつけて以来、株主・投資家の皆様とともに30年が経とうとしております。

1996年12月27日には東京証券取引所市場第二部に上場、さらに1997年9月1日に東京証券取引所、大阪証券取引所の市場第一部にそれぞれ指定替となりました。

そして、2015年9月1日、単元株式数の1,000株から100株への「くくり直し」を機に、株主の皆様にはフジッコファンとなっていただくことで長期的な企業価値の向上を目指す取り組みとして“ファン株主づくり”に注力してまいりました。2020年3月末日現在、株主総数は17,000名あまりまで急速に拡大し、新規上場時の1991年3月末日の937名とは隔世の感がございますが、株主様一人ひとりを大切にする気持ちは忘れることなく、引き続き“ファン株主づくり”に取り組んでまいります。

“ファン株主づくり”の取り組み ～エンゲージメントとフェア・ディスクロージャーの充実～

- 2016年度 ● 株主総会の内容充実
 ● 個人投資家向けIRフォーラムの開催
 ● ファン株主サイトの開設
 ● 統合報告書「フジッコレポート」の発行
 ● フジッコの生活情報誌「Beans Life」へIRページの連載

- 2017年度 ● 英文決算短信のホームページ開示

- 2018年度 ● フェア・ディスクロージャー対応
 ● ホームページ開示
 株主総会 決議通知、議決権行使結果、質疑応答内容
 機関投資家向け決算説明会 決算説明会資料、質疑応答内容
 ● 英文アニュアルレポートの発行

- 2019年度 ● 英語版ホームページの全面リニューアル

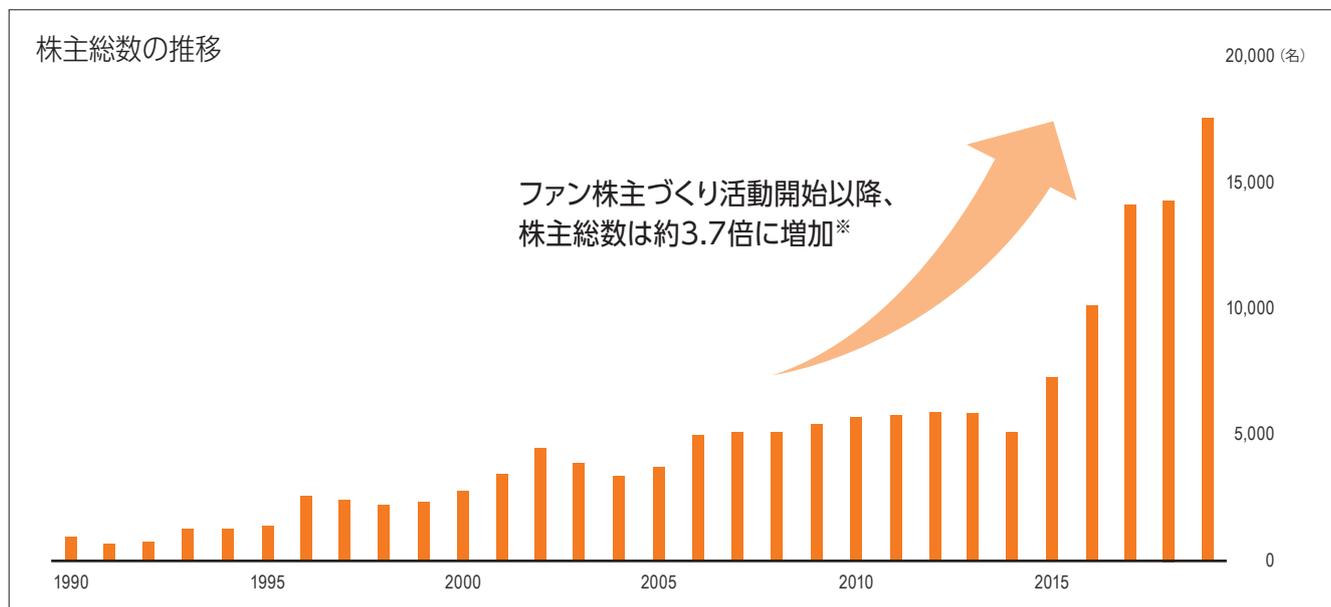
- 2020年度 ● 英語版招集通知のホームページ開示



▲ 株主総会



▲ 英語版ホームページ



※株主総数は4,784名(2015年9月末日時点)から17,579名(2020年3月末日時点)に増加。

2019年度に実施したこと

決算説明会	個別ミーティング (電話会議を含む)	個人投資家向け セミナー
2回	60回	3回



▲ 個人投資家セミナー

株主優待制度

年1回、株主優待制度として当社商品を株主様へ全国一斉にお届けしています。1,000株以上保有の株主様に3,000円相当、100株以上1,000株未満保有の株主様に1,000円相当のフジッコ商品を全国一斉にお届けしています。

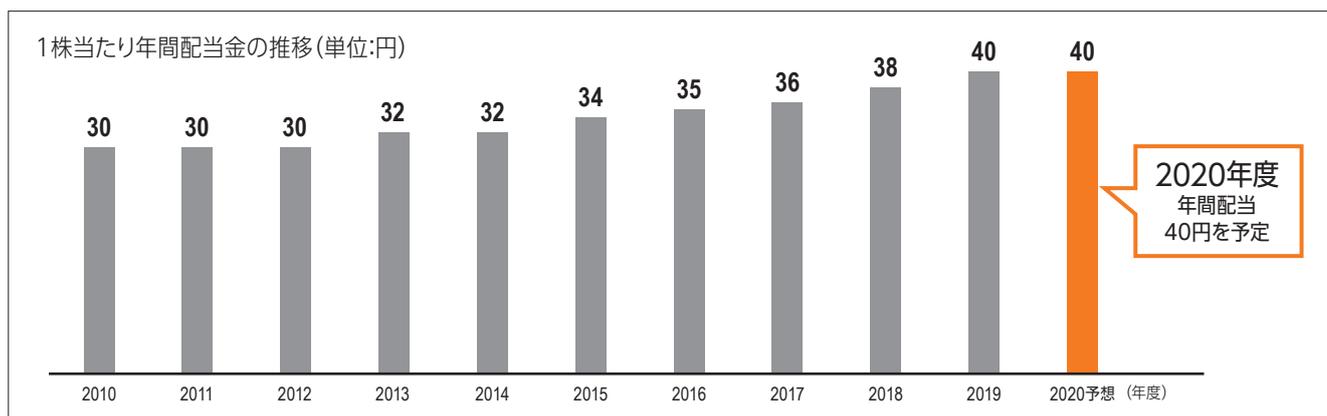
1,000株以上 保有の株主様	
100株以上 1,000株未満の 株主様	

配当方針

剰余金の配当は、中間配当及び期末配当の年2回を基本方針としています。収益性の向上と財務体質の強化に努め、着実に業績を向上させ、株主の皆様への利益還元を充実させていくことを最重要課題としております。配当金につきましては、1株当たり当期純利益金額、配当性向等を総合的に勘案し、株主の皆様のご期待に報いるよう努力していきます。

内部留保資金につきましては、新たな成長につながる研究開発投資、設備投資等に充當いたします。

なお、2020年度の配当金につきましては、2019年度に実施した記念配当2円を普通配当に組み込み、年間40円(うち中間配当20円)を予定しています。



取締役・執行役員 (2020年6月23日時点)

取締役



代表取締役社長

ふくい まさかず
福井 正一

1995年 当社入社
1996年 取締役就任
2000年 常務取締役就任
2002年 専務取締役就任
2004年 代表取締役社長就任(現任)

【選任理由】2004年6月に当グループ代表取締役社長に就任以来、企業価値向上をめざし強いリーダーシップを発揮し、業績を向上させてきた実績から、当グループがグローバルな事業経営を推進し持続的な企業価値を高めるために適切な人材であると判断したため。



常務取締役

かごたに かずのり
籠谷 一徳

1982年 当社入社
2004年 取締役就任
2008年 常務取締役就任(現任)

【選任理由】入社以来、営業や生産部門の要職を歴任し、豊富な会社経営の経験と能力を当グループの経営に十分に発揮できると判断したため。



常務取締役

いしだ よしたか
石田 吉隆

1983年 当社入社
2007年 取締役就任
2017年 常務取締役就任(現任)

【選任理由】入社以来、営業部門をはじめ開発や経営企画の要職を歴任し、豊富な会社経営の経験と能力を当グループの経営に十分に発揮できると判断したため。



常務取締役

やまだ かつしげ
山田 勝重

1978年 当社入社
2004年 取締役就任
2018年 常務取締役就任(現任)

【選任理由】入社以来、生産、開発、人事・労務部門及びグループ子会社の取締役を歴任し、豊富な経験と見識を当グループの経営に発揮できると判断したため。



取締役/コア事業本部長

あらた かずゆき
荒田 和幸

1986年 当社入社
2015年 執行役員就任
2017年 上席執行役員就任
2018年 取締役就任(現任)
2020年 コア事業本部長(現任)

【選任理由】入社以来、営業や商品企画部門の要職を歴任し、食品業界における豊富な経験と高い見識を当グループの経営に発揮できると判断したため。



社外取締役(独立役員)

わたなべ しょうたろう
渡邊 正太郎

1988年 花王石鹸株式会社(現花王株式会社)代表取締役副社長
2006年 公益社団法人経済同友会終身幹事(現任)
2008年 当社社外監査役就任
2012年 当社社外監査役退任
2015年 当社社外取締役就任(現任)

【選任理由】経営者として、また財界での豊富な経験と幅広い見識を有し、当グループの経営基盤強化を図ることができると判断したため。



社外取締役(独立役員)

おげ あきら
小瀬 昉

2002年 ハウス食品株式会社(現ハウス食品グループ本社株式会社)代表取締役社長
2009年 同社 代表取締役会長
2014年 同社 取締役相談役
2015年 同社 会長(現任)
2016年 一般社団法人食品産業センター会長(現任)
2020年 当社社外取締役就任(現任)

【選任理由】経営者として、また食品業界での豊富な経験と高い見識を有し、当グループの経営基盤強化を図ることができると判断したため。

取締役 監査等委員



取締役 常勤監査等委員

ふじさわ あきら
藤澤 明

1998年 当社入社
2018年 取締役監査等委員就任(現任)

【選任理由】入社以来、経営企画部門での豊富な経験を有し、当グループの経営に対する適切な監督を行うことができると判断したため。



社外取締役 監査等委員 (独立役員)

いしだ あきら
石田 昭

1992年 有限責任監査法人トーマツ代表社員
(現パートナー)
2012年 株式会社京写 社外監査役(現任)
2013年 当社社外監査役就任
2016年 当社社外監査役退任
当社社外取締役監査等委員就任(現任)

【選任理由】公認会計士としての豊富な専門知識や経験を有し、当グループの監査体制強化を図ることができると判断したため。



社外取締役 監査等委員 (独立役員)

ひきの たかし
曳野 孝

1992年 ハーバード・ビジネス・スクール
経営部門主任研究員
2015年 コッチ大学
管理科学・経済学部併任教授(現任)
2016年 京都大学経営管理大学院客員教授
当社社外取締役監査等委員就任(現任)
2020年 京都大学経営管理大学院特命教授(現任)

【選任理由】学者としての高い見識と豊富な経験は、当グループの監査体制強化を図る上で必要であると判断したため。

執行役員

上席執行役員／営業本部長

こだん たけお
小段 健男

上席執行役員／生産本部長

たけむら しんしちろう
竹村 晋七郎

上席執行役員／デリカ事業部長兼デリカ東営業部長

よしじま つよし
吉島 剛

執行役員／生産統合プロジェクトリーダー

いしだ ひでき
飯田 秀喜

執行役員／コア事業本部副本部長兼昆布・豆事業部長

やまもと かずのり
山本 和則

執行役員／人事総務部長

てらじま ひろみ
寺嶋 浩美

執行役員／営業本部西日本統括部長

ふじた かずひこ
藤田 一彦

執行役員／開発本部長兼商品開発部長

まるやま けんたろう
丸山 健太郎

執行役員／法務知財部長

ぞうらく とよひこ
藏樂 豊彦

執行役員／デリカ事業部戦略担当部長

かとう はじめ
加藤 肇

執行役員／生産本部資材部長

かとう しんいち
嘉藤 信一

執行役員／営業本部東日本統括部長兼広域営業部長

みやもと こうすけ
宮本 公資

執行役員／経営企画部長

おにし てるあき
尾西 輝昭

2019年度総括

2019年度実績(連結)

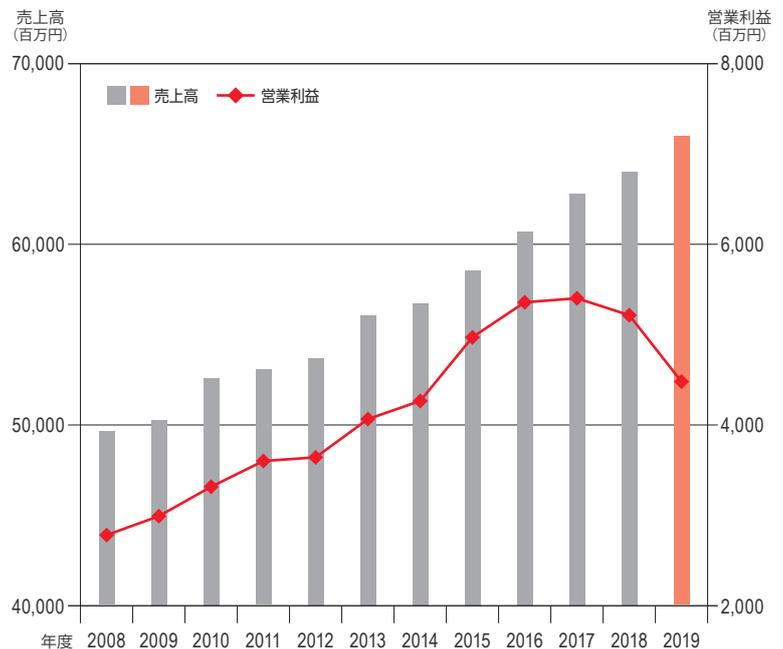
売上高 **661億71百万円**
(前期比 3.2%増)

営業利益 **44億89百万円**
(前期比 13.9%減)

経常利益 **48億38百万円**
(前期比 12.8%減)

親会社株主に帰属する
当期純利益 **31億円**
(前期比 26.0%減)

売上高と営業利益の推移



2019年度業績について

2019年は、キーワード「徹底」の下、4月よりスタートした新中期3か年計画の初年度として売上高650億円、営業利益52.5億円、経常利益55.5億円、親会社株主に帰属する当期純利益38億円の達成に向けて取り組みました。その結果、売上高は計画達成、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は計画未達となりました。

売上高は、(株)フーズパレットの中華惣菜の売上高が加わった影響が大きく、(株)フーズパレットを除くオーガニックな成長は前期比100.8%の横ばいとなりました。

利益面では、人件費、外注費、荷造運賃、減価償却費等が増加し、売上原価率・販管費率ともに計画を上回りました。当グループは近年積極的に設備投資を行っており、2017年和田山工場に新棟が稼働した「塩こんぶ」、2018年に生産能力を約1.5倍まで増強した「カスピ海ヨーグルト」、生産ラインを順次増設している「おぼんざい小鉢」など、大型

投資を行った品群の成長スピードを高め、一刻も早く生産ラインのフル稼働を達成させることが課題です。

2020年4月1日より、当グループはマーケティング本部をコア事業本部に改組しました。将来を見据えた緩やかな事業部制の下、各事業の業務執行責任を明確化し、おかげで、ヨーグルトの成長事業の拡大加速とともに昆布と豆の収益基盤の再強化にも徹底して取り組みます。

(株)フーズパレットの子会社化

2019年8月1日より、百貨店を主体に「^{フォーラー}四陸」、「チャイナチューボー」等のブランドで中華惣菜を製造・販売する(株)フーズパレットを子会社化しました。

フジッコの和洋を中心とするおかげ事業に(株)フーズパレットの中華惣菜のラインアップを加え、量販店チャンネルと百貨店チャンネルの双方の強みも生かして、製品開発のシナジー効果を狙います。

2020年度計画

2020年度計画(連結)

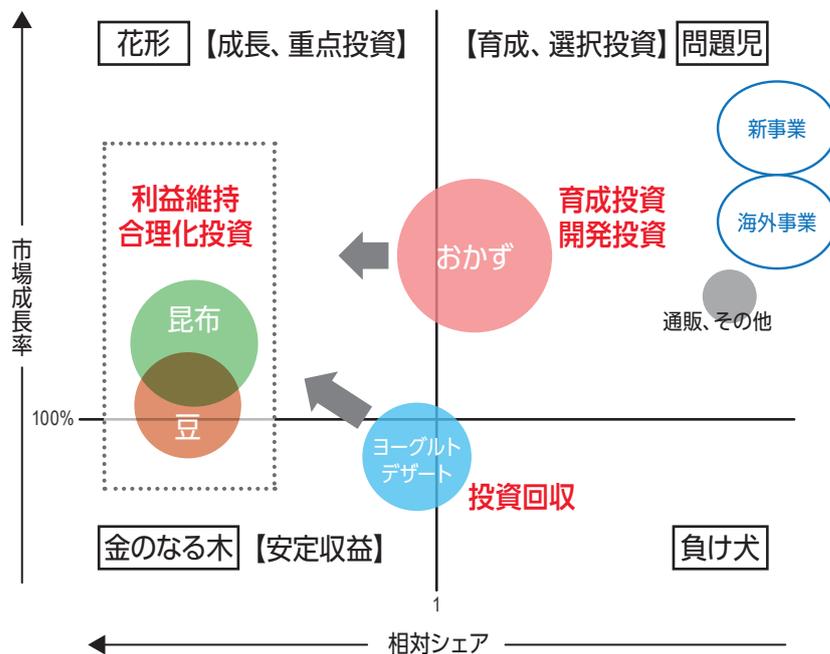
売上高 **670億円**
(前期比 1.3%増)

営業利益 **47億円**
(前期比 4.7%増)

経常利益 **50億円**
(前期比 3.3%増)

親会社株主に帰属する
当期純利益 **35億円**
(前期比 12.9%増)

PPM61



当グループは、今後も既存事業によるオーガニックな成長に加えて、資本コストを意識した積極的な企業価値向上策を実行してまいります。

新型コロナウイルス感染症への対応

2019年末に発生した新型コロナウイルスの感染拡大により、国内外の社会・経済が混乱を極め、未だ終息の目途が立ちません。当グループは、食品メーカーとして製品の安定供給を続けることが我々の使命であると確信し、サプライチェーンの維持・確保に努めるとともに、従業員の安全に配慮した危機管理体制を強化してまいります。

コロナ禍で加速したVUCA*時代において、“変化への対応力”が一層求められており、意思決定の迅速化、新製品、新事業の開発スピード向上が欠かせません。社内会議の在り方の見直しや権限委譲等を進め、意思決定プロセスの効率化を図ります。

働き方改革と新人事制度

当グループでは、2017年より働き方改革の取り組み「すこやかフジッコ大作戦」を進めており、社内意識調査に始まり毎週金曜日の「はよ帰るデー」(ノー残業デー)の導入、有給休暇の取得推進などワークライフバランスの改善を着実に進めてきました。

導入に向けて準備を進めていたテレワーク制度は、コロナ禍で一気に浸透し、働き方が大きく変わりました。2019年4月より働き方改革関連法が施行され、時間外労働の上限規制の導入、有給休暇5日取得の義務化等、労働時間の制限がより一段と厳しくなる中、生産性の向上と2019年度から始まった成果主義・能力主義に基づく新人事制度と合わせて、ワークライフバランスと成果の最大化の同時実現を図ってまいります。

*VUCA…Volatility(変動性)、Uncertainty(不確実性)、Complexity(複雑性)、Ambiguity(曖昧性)の頭文字で、将来の予測が困難な状態。

事業の概況

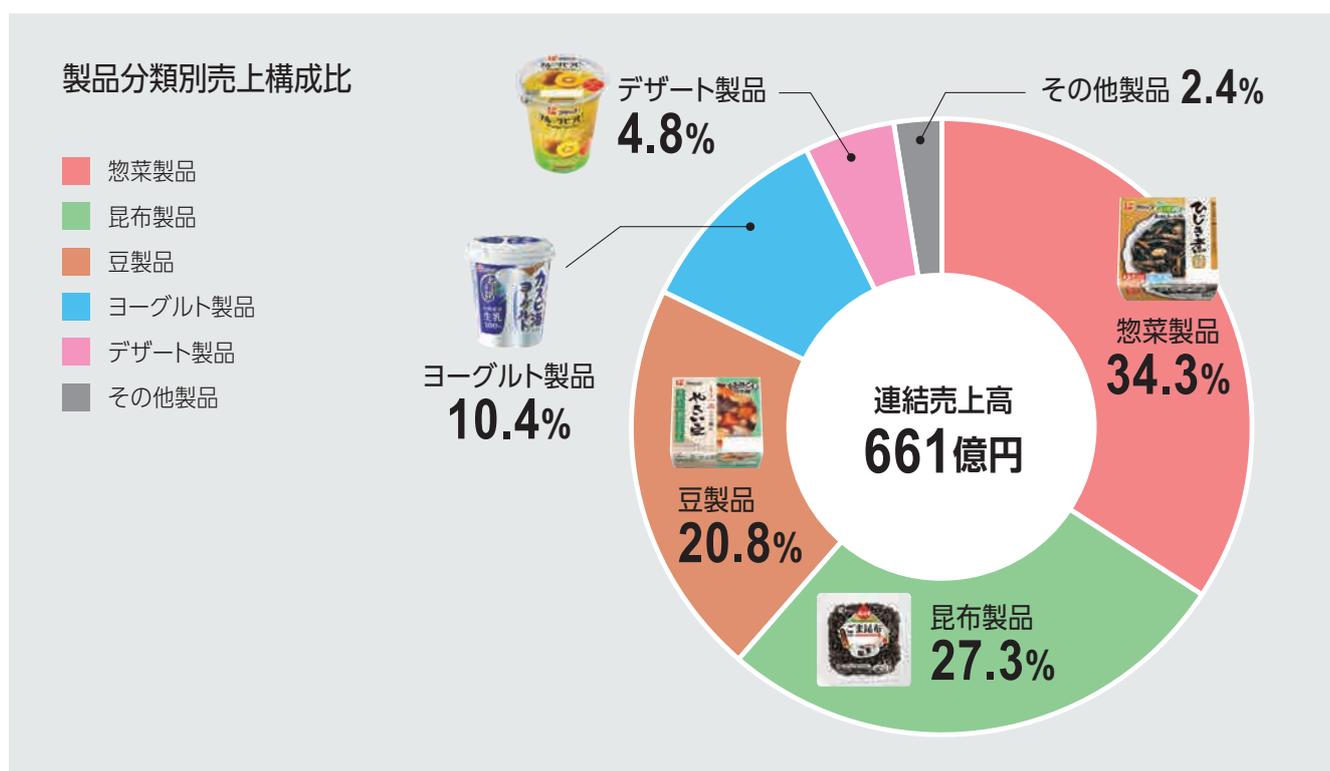
当期の経営成績

当連結会計年度におけるわが国経済は、米中貿易摩擦など海外経済の影響を受けつつも雇用や所得環境は緩やかな回復基調を続けていましたが、昨年末に発生した新型コロナウイルスの感染拡大により国内外の経済は混乱を極めました。

食品業界におきましては、新型コロナウイルスの感染拡大に伴うサプライチェーンの不安定化や消費行動の変化への対応が求められるなど、より一層厳しい経営環境となりました。このような環境の中、当グループにおきましては、健康、美味しさ、安心・安全の企業理念に合う製品の安定供給を行い、食を通じて皆様の健康に貢献し続けることに全グループ一丸となって取り組みました。

売上高は、豆製品、デザート製品が前年実績を下回りましたが、惣菜製品、昆布製品、ヨーグルト製品が前年実績を上回ったことから、661億71百万円(前期比3.2%増)となりました。

利益面では、人件費、外注費、荷造運賃及び減価償却費等の増加により売上原価率、販管費率ともに上昇したことから、営業利益は44億89百万円(前期比13.9%減)、経常利益は48億38百万円(前期比12.8%減)となりました。また、特別損失として減損損失7億80百万円を計上したこと等により、親会社株主に帰属する当期純利益は31億円(前期比26.0%減)となりました。



2019年度トピックス

良かった点

- フーズパレット社の子会社化(2019年8月1日~)
- 「おばんざい小鉢」の成長が継続
- 新規事業スタート
大豆ヨーグルト

悪かった点

- 営業利益、経常利益、当期純利益いずれも減益
- 既存事業の売上成長の鈍化
- 売上原価率、販管費率ともに前年より悪化
- 減損損失の計上

惣菜製品



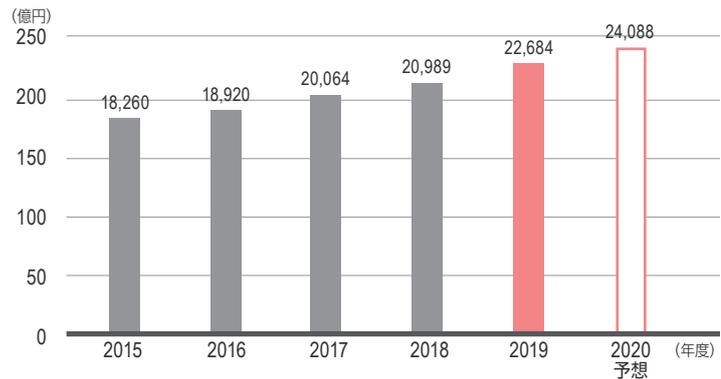
買い置きできて手軽に使える包装惣菜や、出来立てのフレッシュな日配惣菜、(株)フーズパレットの中華惣菜から構成されています。



2019年度 売上高

226億84百万円 ↑
(前期比 8.1%増)

【売上高の推移】 単位:百万円



【製品の状況】

惣菜製品では、2019年8月1日より連結子会社となった(株)フーズパレットの中華惣菜の売上高15億12百万円が加わったことや、包装惣菜では「おぼんざい小鉢」シリーズにおいて食べ応えのある大きな具材を使用した深型容器タイプ等のラインアップを拡充したことから、惣菜製品の売上高は226億84百万円(前期比8.1%増)となりました。

【次期の見通し】

2020年度は、惣菜製品では、日配惣菜の収益性向上に努めるとともに、包装惣菜は「おぼんざい小鉢」シリーズの更なる販売拡大や、(株)フーズパレットにおいて中華惣菜の新たな取り組みに注力します。

昆布製品



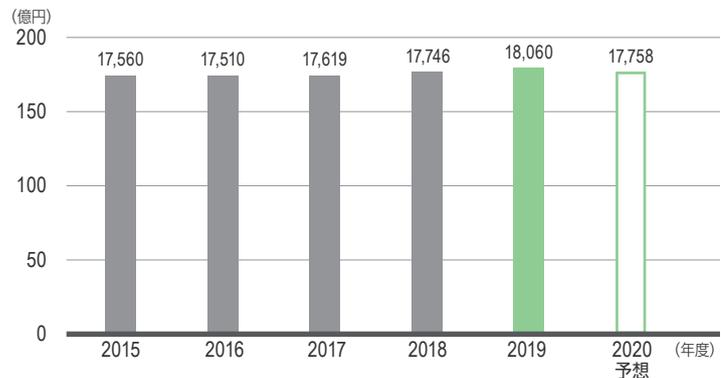
ご飯の友の昆布佃煮や塩こんぶ、創業商品のとろろ昆布など、フジッコのルーツである製品です。



2019年度 売上高

180億60百万円 ↑
(前期比 1.8%増)

【売上高の推移】 単位:百万円



【製品の状況】

昆布製品では、新元号、秋の行楽、受験シーズンの年間を通した「よろこんぶキャンペーン」を実施しました。また、首都圏及び近畿圏において佃煮「ふじっ子煮」のTVCMを放映したことや、塩こんぶが継続して堅調に推移したことから、昆布製品の売上高は180億60百万円(前期比1.8%増)となりました。

【次期の見通し】

2020年度は、塩こんぶの拡販に注力するとともに、佃煮は発売50周年を迎える「ふじっ子煮」のブランド力の再強化とターゲット層の拡大に取り組みます。

事業の概況

豆製品



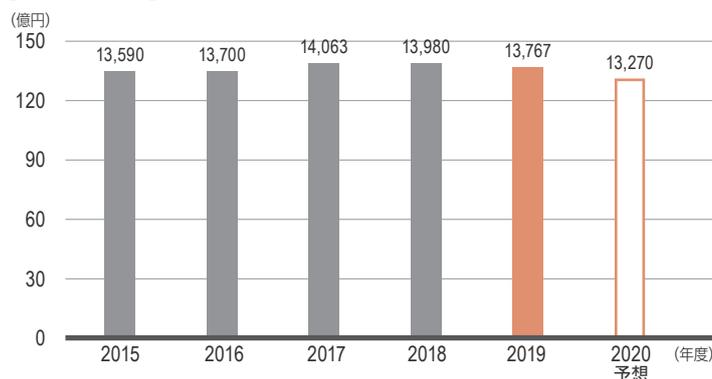
おなじみの「おまめさん」シリーズをはじめ、様々な料理にアレンジしていただける水煮や蒸し豆などますます拡がりをみせる製品です。



2019年度 売上高

137億67百万円 ↓
(前期比 1.5%減)

【売上高の推移】 単位:百万円



【製品の状況】

豆製品では、大豆の健康効果の訴求により水煮・蒸し豆が伸長したものの、主力である煮豆が前年実績を下回ったため、豆製品の売上高は137億67百万円(前期比1.5%減)となりました。

【次期の見通し】

2020年度は、煮豆のリニューアルを順次実施して商品力を強化するとともに、健康志向や植物性たんぱく質への注目の高まりを追い風に水煮・蒸し豆シリーズの拡販に注力します。

ヨーグルト製品



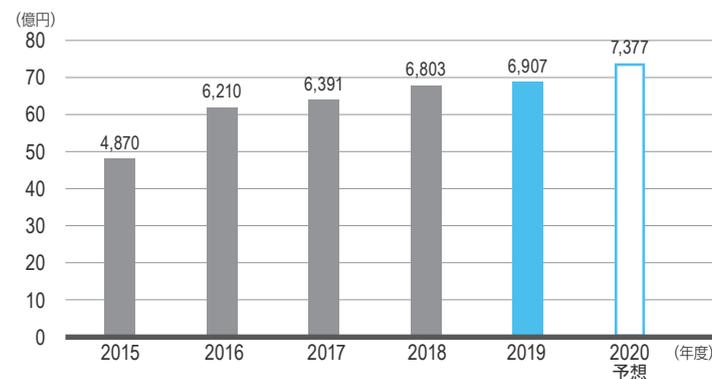
「カスピ海ヨーグルト」を中心とする製品です。プレーンヨーグルトだけでなく、通信販売のサプリメント「善玉菌のチカラ」も人気です。



2019年度 売上高

69億7百万円 ↑
(前期比 1.5%増)

【売上高の推移】 単位:百万円



【製品の状況】

ヨーグルト製品では、通販チャンネルのサプリメント「善玉菌のチカラ」が前年実績を下回りましたが、量販チャンネルの「カスピ海ヨーグルト脂肪ゼロ」を9月より北海道産生乳100%にリニューアルしたことや、受験シーズンに合わせてSNSを活用した「願掛け勝つピ海ヨーグルトキャンペーン」等を実施したことから、ヨーグルト製品の売上高は69億7百万円(前期比1.5%増)となりました。

【次期の見通し】

2020年度は、待望の新商品「大豆で作ったヨーグルト」で新たな大豆発酵食品市場の創造を図ります。通販チャンネルは機能性表示食品のサプリメント「善玉菌のチカラ」の再成長を目指します。

デザート製品



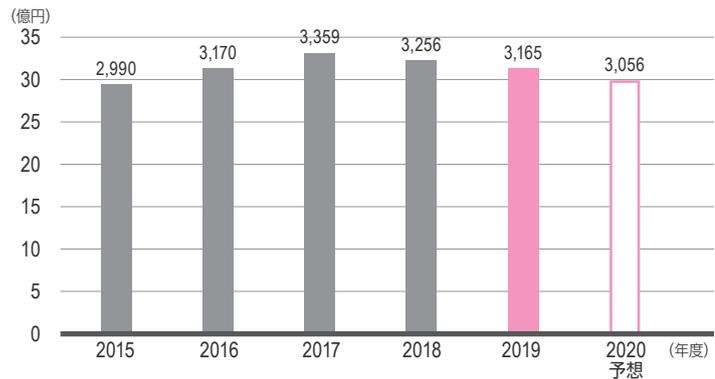
ナタデココやフレッシュなフルーツを使用したゼリー「フルーツセラピー」を中心とする製品です。



2019年度 売上高

31億65百万円 ↓
(前期比 2.8%減)

【売上高の推移】 単位:百万円



【製品の状況】

デザート製品では、「フルーツセラピー」シリーズにおいて、期間限定商品「温州みかん」等の投入により品群全体の活性化に注力しましたが、デザート製品の売上高は31億65百万円(前期比2.8%減)となりました。

【次期の見通し】

2020年度は、「フルーツセラピー」シリーズにおいて期間限定商品の投入等を通じて品群全体の活性化に注力します。

Pick up! 新商品!

【大豆で作ったヨーグルト】

“大豆まるごと”へのこだわり

大豆をまるごと使って大豆本来のおいしさと栄養を最大限にお届けしたい。大豆の健康効果を長年研究してきたフジッコだからこそその信念でした。しかし、まるごと大豆を使ってなめらかな舌触りやとろみを出すことは非常に難しく、また膨大な種類の乳酸菌と大豆の組み合わせから味や口当たりの良いものを探し出すのは試行錯誤の連続であり、構想から6年の歳月をかけて製品設計を作り込んだ待望の新商品です。

新たな「発酵性大豆食品」として

2020年1月、国立がん研究センターが“発酵性大豆食品は総死亡リスクを約10%減らす”という研究結果を発表しました。発酵性大豆食品を毎日とるのは、納豆、醤油、味噌では難しいですが、「大豆で作ったヨーグルト」をプラスすることで可能になります。毎朝の朝食として、またおろし生姜と醤油をかければ“冷やっこ風”など料理にもアレンジでき、新たな発酵性大豆食品の選択肢として食生活への定着を図ります。



商品特長

①風味豊かな大豆をまるごと使用

独自製法で粉末大豆を超微細化。豆乳では取り除かれる「おから」部分の栄養や風味がそのまま含まれます。

②乳成分不使用=コレステロール・ゼロ

乳成分不使用なので、コレステロール・ゼロ。糖質も低く、糖質制限されている方や乳製品を食べないビーガンの方にも安心してお召し上がりいただけます。

③とろ〜りまろやか、酸味ひかえめ

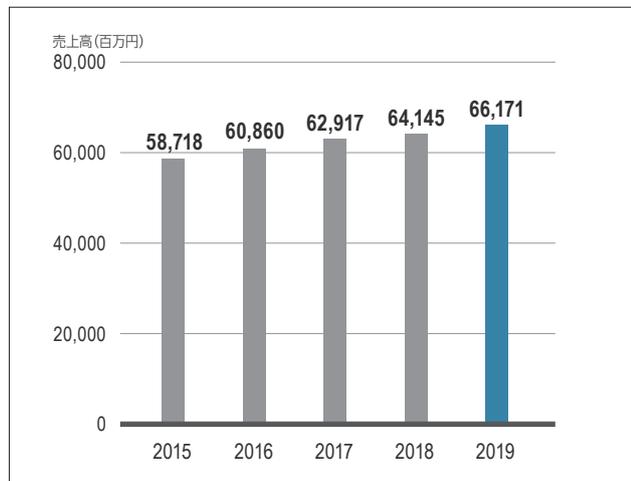
大豆と乳酸菌の相性にこだわりました。

※うす皮は取り除いています。

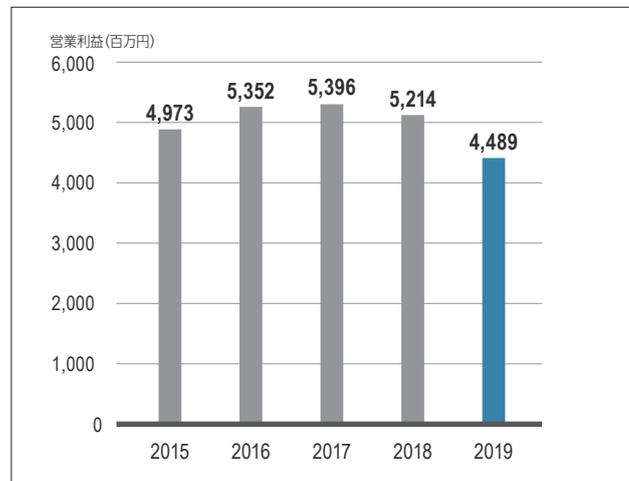
企業価値向上の成果

財務指標

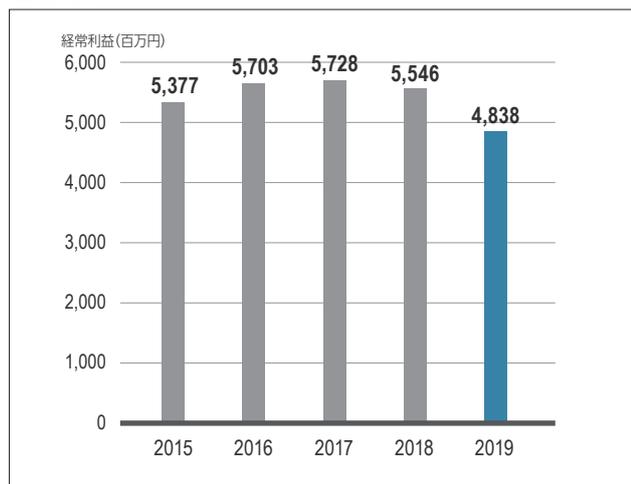
売上高



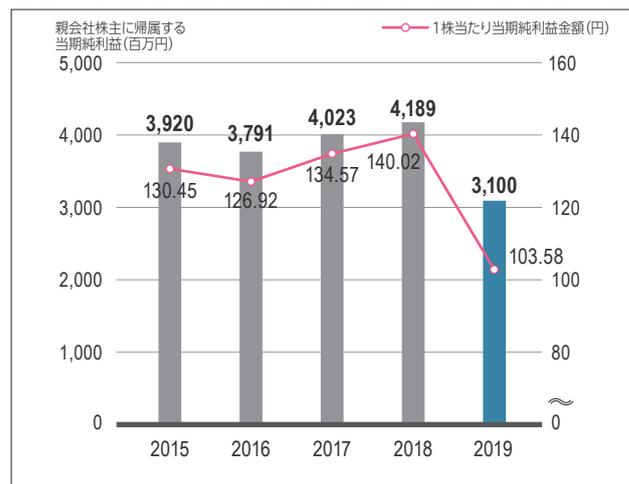
営業利益



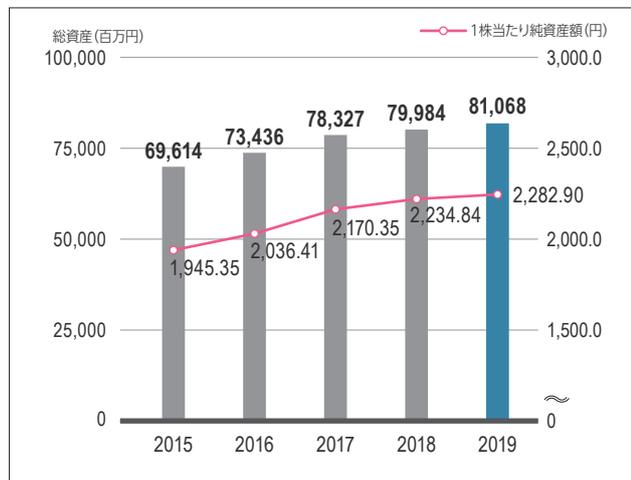
経常利益



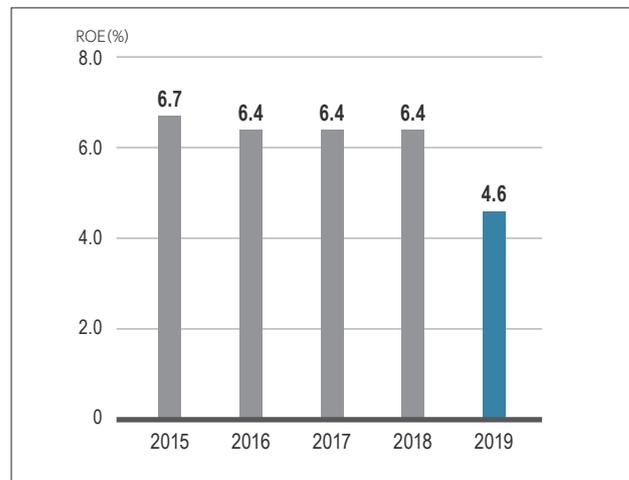
親会社株主に帰属する当期純利益・1株当たり当期純利益金額



総資産・1株当たり純資産額



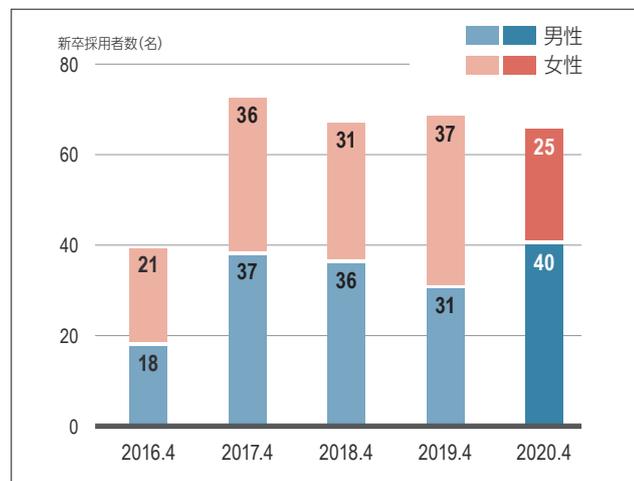
ROE



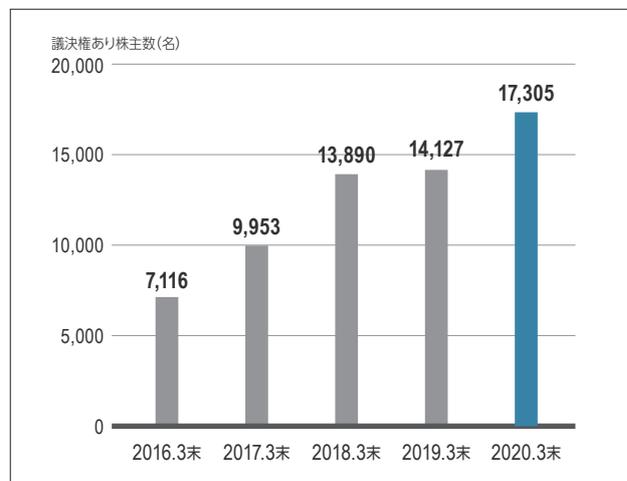
※「[税効果会計に係る会計基準]の一部改正」(企業会計基準第28号 2018年2月16日)等を2018年度の期首から適用しており、2015年度から2017年度に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を遡って適用した後の指標等となっております。

非財務指標

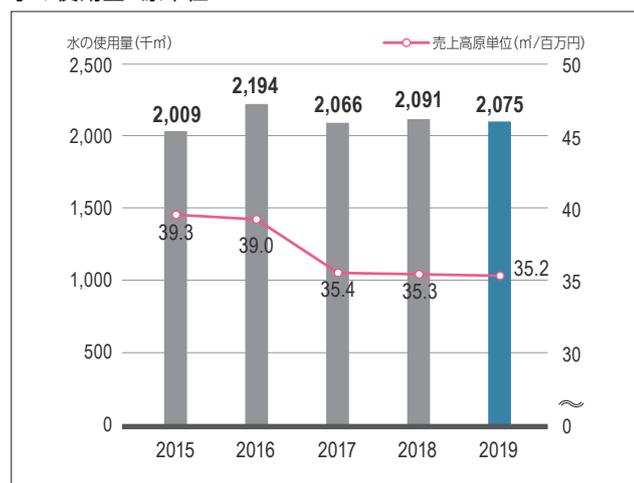
新卒採用者 男女別数



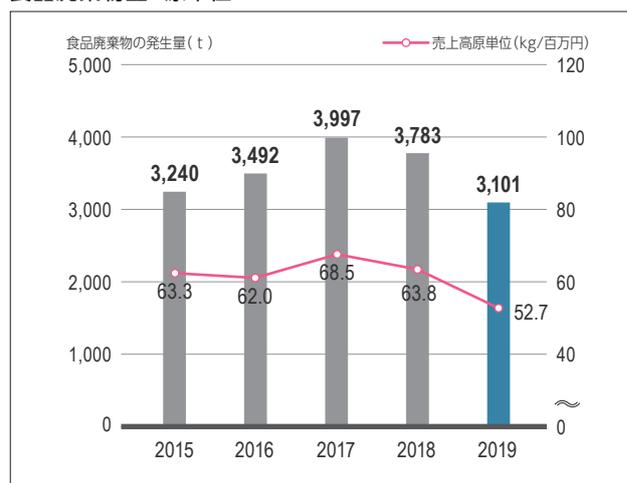
議決権あり株主数



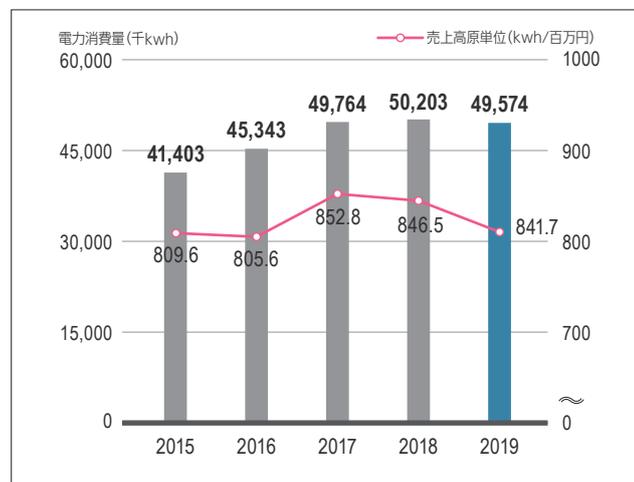
水の使用量・原単位*



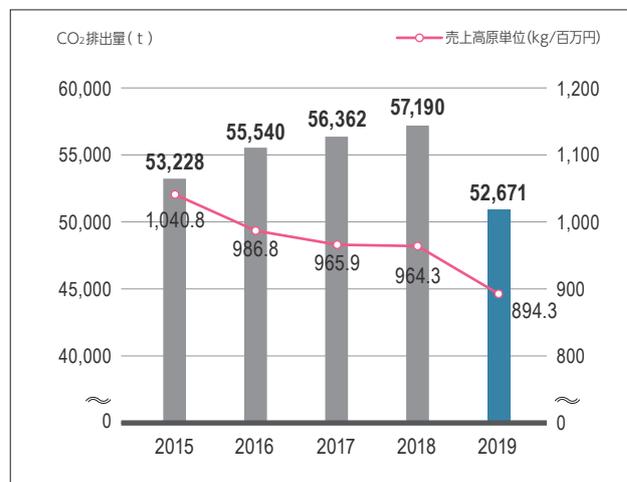
食品廃棄物量・原単位*



電力消費量・原単位*



CO₂排出量・原単位*



*集計対象範囲：フジッコ(株)、フジッコウイナリー(株)

最後までご覧いただき、ありがとうございました。

フジッコグループについて

会社概要 (2020年3月31日現在)

本 社 所 在 地：〒650-8558 神戸市中央区港島中町6丁目13番地4

創 業：1960年11月7日

資 本 金：65億66百万円

発行済株式数：34,991,521株

議決権あり株主数：17,305名

従業員数(連結)：2,793名

株主総会開催日：2020年6月23日

工 場：兵庫3、埼玉1、千葉1、神奈川1、北海道1、鳥取1

物 流 セ ン ター：兵庫1、埼玉1

営 業 所：全国23拠点

連 結 子 会 社：フジッコワイナリー株式会社

味富士株式会社

株式会社フーズパレット

URL：<https://www.fujicco.co.jp>

〈この冊子に関するお問い合わせ〉

フジッコ株式会社 経営企画部

〒650-8558 神戸市中央区港島中町6丁目13番地4

Tel.078-303-5921