

価値創造の道筋

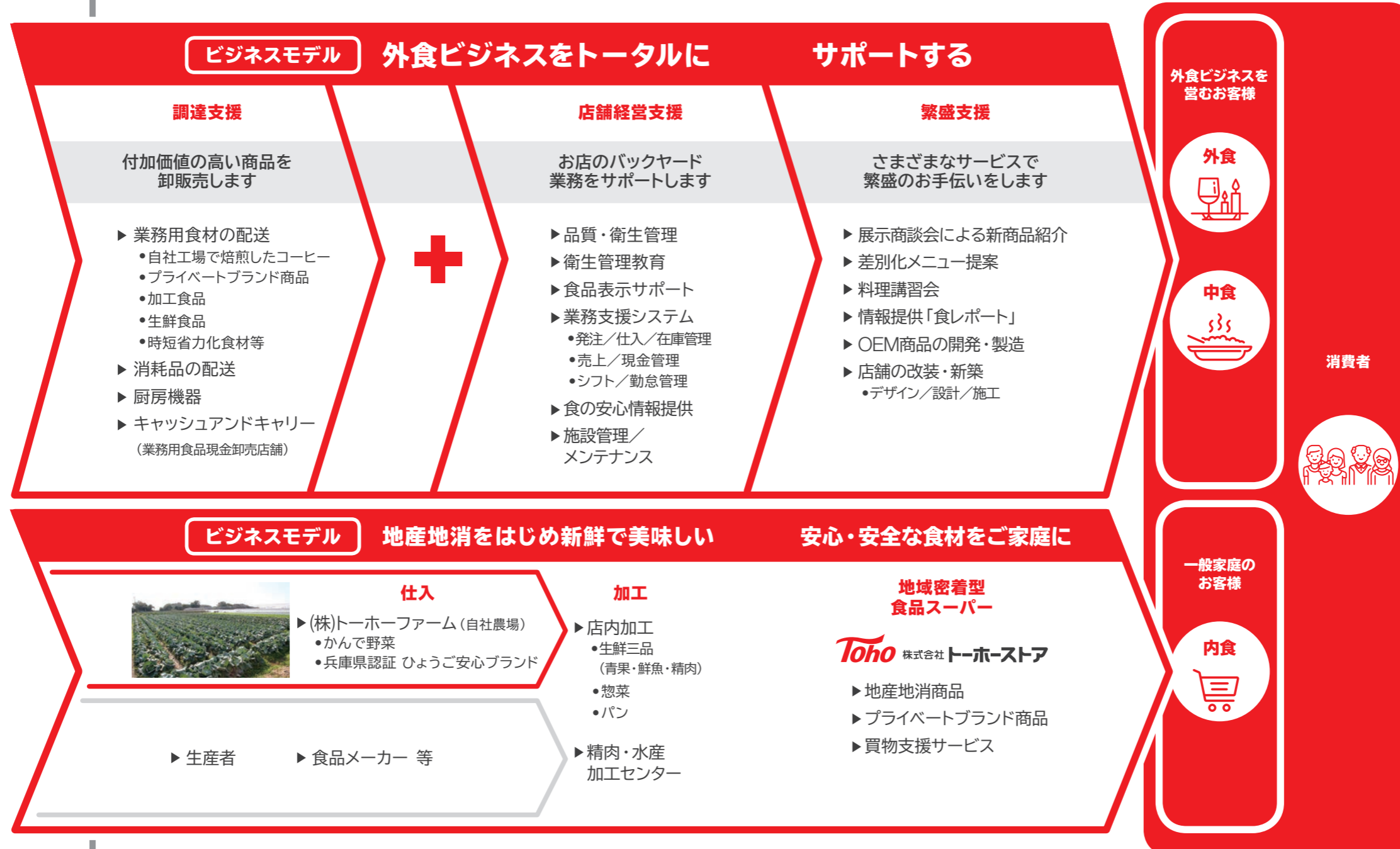
食に関わる社会課題

-  食料の安定供給・調達
-  食の安心・安全
-  食文化を支える飲食店の事業継続
-  食品廃棄物削減
-  国内の食料自給率向上
-  途上国の貧困削減
-  人材確保
-  買物弱者への対応



経営理念 食を通して社会に貢献する

OUTCOME 成果



社会的価値

- 外食・中食店**
飲食店、ホテル、病院、弁当仕出し店等

 - 約16万アイテムの豊富な食材の提供
 - 時短省力化食材の提供による人手不足の緩和
 - 厳格な品質管理による食の安心・安全の提供
 - オリジナルメニュー提案による差別化支援

- 消費者**

 - 地産地消推進による新鮮な食材の提供
 - 厳格な品質管理による食の安心・安全の提供
 - 豊かな食生活
 - タクシー・宅配便利用による買物支援サービスの提供

- 社会**

 - フェアトレードの推進による途上国への貢献
 - 地域の食文化継承
 - 地域農業の活性化
 - 適正な在庫管理による食品廃棄物の削減

経済的価値

第七次中期経営計画
財務目標 2021年1月期

連結売上高 2,350億円
連結営業利益 32億円
自己資本利益率 (ROE) 5.5%

企業価値を支える基盤 「先進的なガバナンス」 「継続的に改革を実践していく企業風土」