



個人投資家向け会社説明会

昭和産業株式会社

証券コード 2004

2026.3.16

Agenda

- 01** 会社概要
- 02** 長期ビジョン「SHOWA VISION 2035」
- 03** 中期経営計画26-29
- 04** 株主還元施策・トピックス

01 会社概要

昭和産業って知っていますか？

世界で初めて天ぷら粉を発売



家庭用ホットケーキミックス 国内シェアNo.1



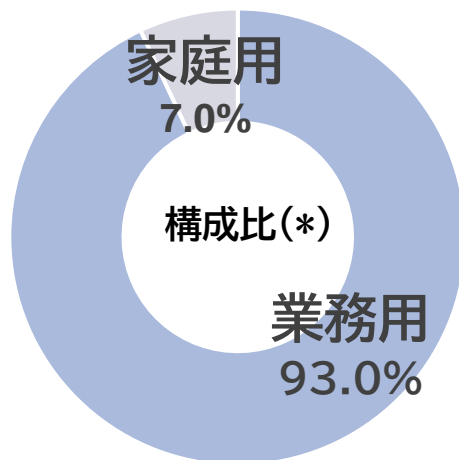
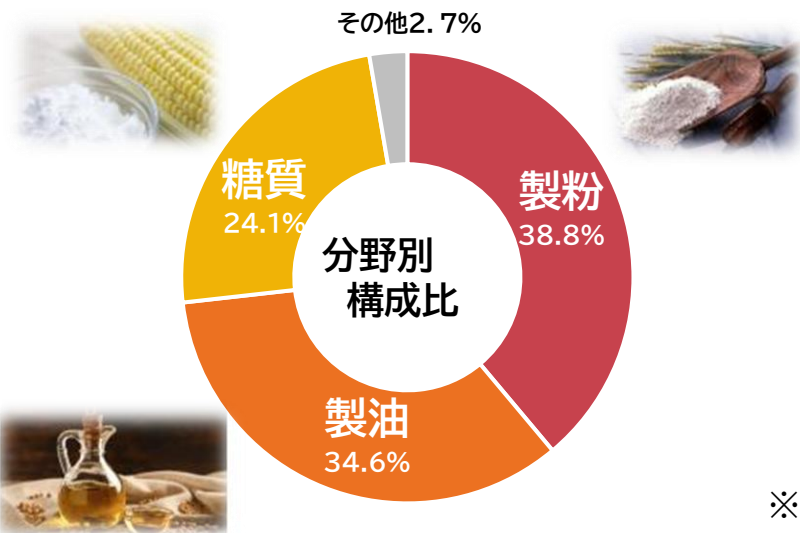
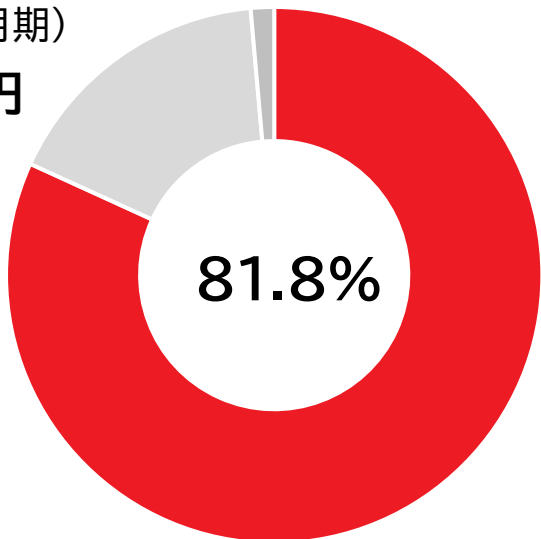


商号	昭和産業株式会社 Showa Sangyo Co.,Ltd.
本社所在地	東京都千代田区内神田2丁目2番1号
設立	1936年2月18日
資本金	14,293百万円
主要事業	小麦粉、植物油、糖化製品、二次加工食品などの製造販売、配合飼料の販売、倉庫業など
従業員数(連結)	2,861名 (2025年3月末現在)
グループ会社数	50社(子会社36社、関連会社14社)

事業セグメント

食品事業

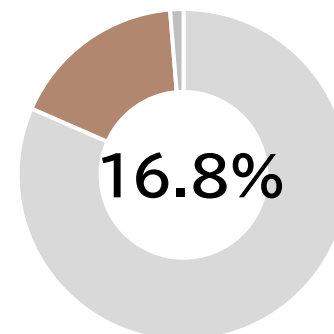
2024年度(2025年3月期)
売上高 **2,735億円**



※昭和産業単体の食品セグメント売上高比

飼料事業

2024年度
(2025年3月期)
売上高 **561億円**



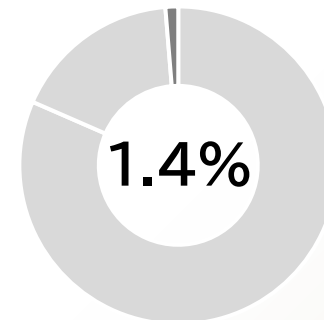
主な事業内容

- ・養鶏、養豚、養牛、養魚用の配合飼料の製造販売
- ・鶏卵の生産および販売



その他

2024年度
(2025年3月期)
売上高 **47億円**



主な事業内容

- ・輸入穀物の保管、荷役を行う倉庫業
- ・所有不動産の賃貸等を行う不動産業
- ・保険代理業、自動車などのリース業
- ・運輸業、アグリビジネス等

生産拠点



海外生産拠点



中国



▶大成昭和食品

・小麦粉、プレミックスの製造及び販売



台湾



▶國成麵粉

・小麦粉の製造及び販売

▶中一食品

・鶏卵の生産・洗卵・選別、飼料の購入及び販売



ベトナム



▶昭和生产インターナショナルベトナム

・プレミックスの製造及び販売
(2025年度操業開始予定)

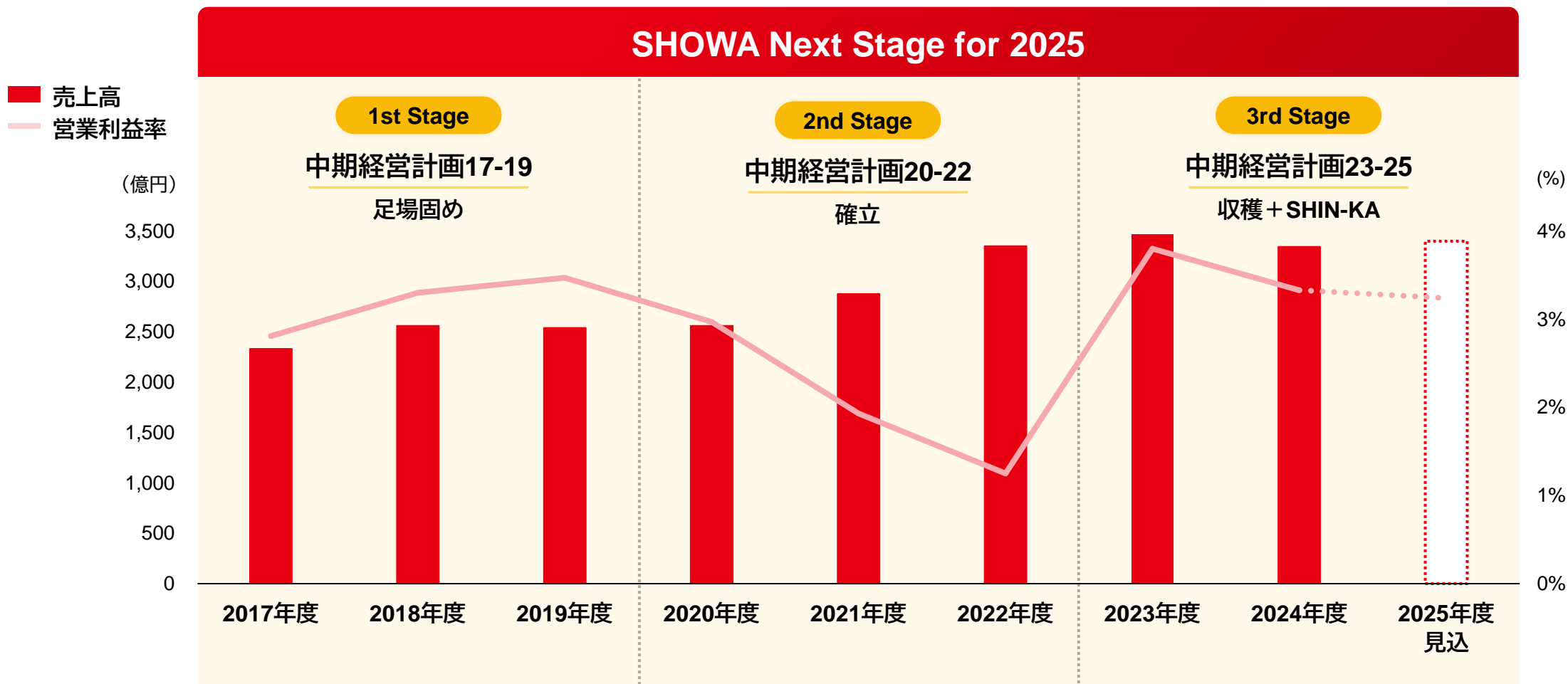
昭和産業 鹿島工場(穀物サイロとパナマックス級穀物船)



02 長期ビジョン「SHOWA VISION 2035」

“SHOWA Next Stage for 2025”の振り返り

- 基本戦略「基盤事業の強化」と積極的な成長投資により、過去10年間着実に売上規模を拡大
- 2020年度以降は原料穀物相場の急騰等、厳しい事業環境に直面したが、外部環境に左右されにくい収益構造改革に取り組み、売上、収益ともに高い水準を維持



“SHOWA Next Stage for 2025”の振り返り

	主な達成実績	次期中長期戦略の要点
基盤事業の強化	収益拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ボーソー油脂／サンエイ糖化の子会社化による収益の拡大 ・糖質のグループ一体運営により、業界での強固なポジションを形成することで、物量と品質の両面において業界トップクラスに成長 	<ul style="list-style-type: none"> ● 高付加価値商品への更なる注力 ● グループ会社の統合連携の強化と生産体制の再構築による収益力の強化
	組織力の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・営業組織再編による提案力強化による新規取引先の獲得 ・原料穀物調達地域の多産地化推進による安定調達の実現 	
事業領域の拡大	国内 <ul style="list-style-type: none"> ・ファイトケミカルプロダクツ社との資本業務提携によるオレオケミカル事業、ファインケミカル事業の拡大 ・東葛食品の完全子会社化による冷凍食品事業の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● オレオケミカル・ファインケミカル分野の更なる拡大 ● ニュートリション分野への参入 ● M&Aやアライアンスによる事業領域拡大の加速
	海外 <ul style="list-style-type: none"> ・國成麵粉／中一食品の持分法適用会社化による、台湾における製粉事業および鶏卵事業への新規参入 ・ASEAN向けのプレミックスの製造拠点として、ベトナムにShowa Sangyo International Vietnam Co., Ltd.を設立 	
サステナビリティ経営の強化	ガバナンス体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・報酬諮問委員会／経営諮問委員会の設置 ・監査等委員会設置会社への移行 	<ul style="list-style-type: none"> ● 取締役会の機能強化 ● ROIC経営管理体制の本格導入による資本効率性の向上
	環境への配慮 <ul style="list-style-type: none"> ・2025年度CO₂排出量削減目標(2013年度比30%削減)、食ロス削減目標(2018年度比30%削減)、水使用量削減目標(2019年度比9%削減)達成見込 ・千葉県匝瑳市における脱炭素化推進PJに参画 	
	事業基盤強化 <ul style="list-style-type: none"> ・D&Iの推進 	

ひと粒の可能性から、 価値をひろげ、 日々の幸せを共につくる。

大地の恵みである穀物の、一粒ひと粒の可能性を信じて。

多様な一人ひとりの、力を合わせて。

新たな価値を生み出し、つなげ、ひろげていく。

私たちは、人・生活・社会に共によりそい、
地域、日本そして世界の、未来につづく幸せをつくっていきます。

昭和産業グループ 理念体系の再構築 | 全体像



昭和産業は、創立90周年を迎えました。
新たな羅針盤のもと、組織文化を変革し、
100周年、その先も選ばれ続ける
昭和産業グループを目指します。
“穀物”と“人”の無限の可能性を追求し、
未来につづく幸せをつくっていきます。

昭和産業グループ 理念体系の再構築 | 行動指針



2035年度 ありたい姿

… Food Solution …

食領域における可能性のひろがり
人々の食生活を想像し、穀物の可能性を深耕する

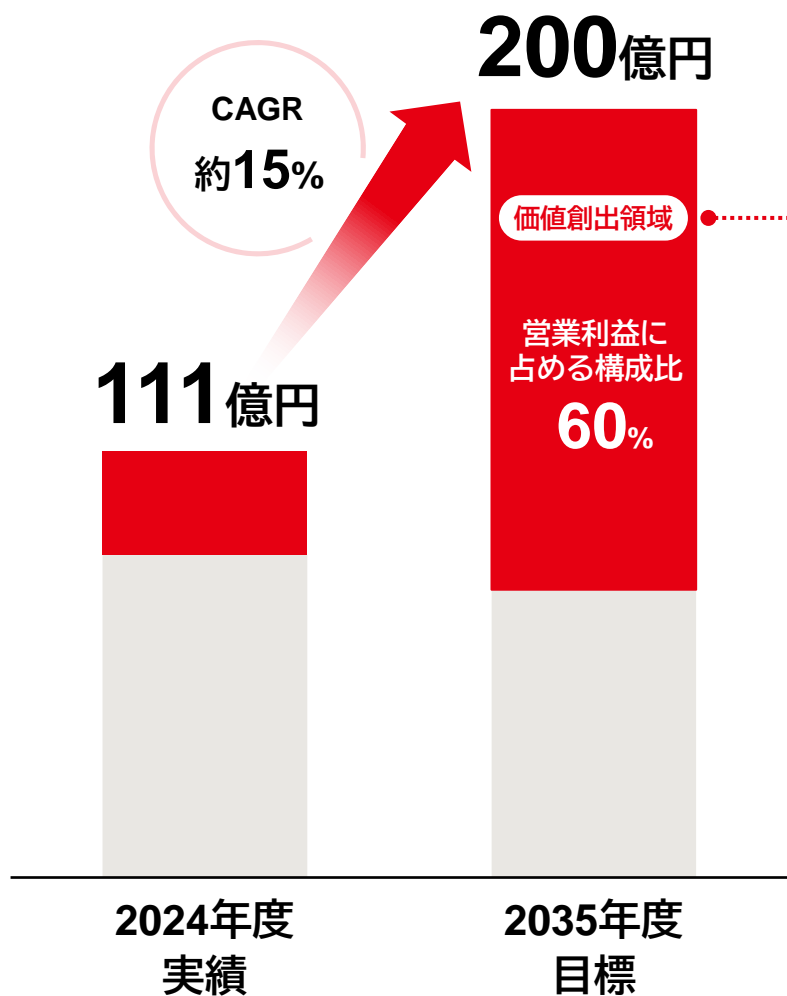


… Life Solution …

人々の生活環境の向上に係る可能性のひろがり
穀物の価値を巡らせ持続可能な社会へ貢献する

長期ビジョン 定量目標

■ 営業利益



定量KPI	2024年度実績	2035年度目標
ROE	8.8% ^{※1} (6.8%)	9.0%以上
ROIC ^{※2}	5.0%	8.0%以上
営業利益	111億円	200億円以上

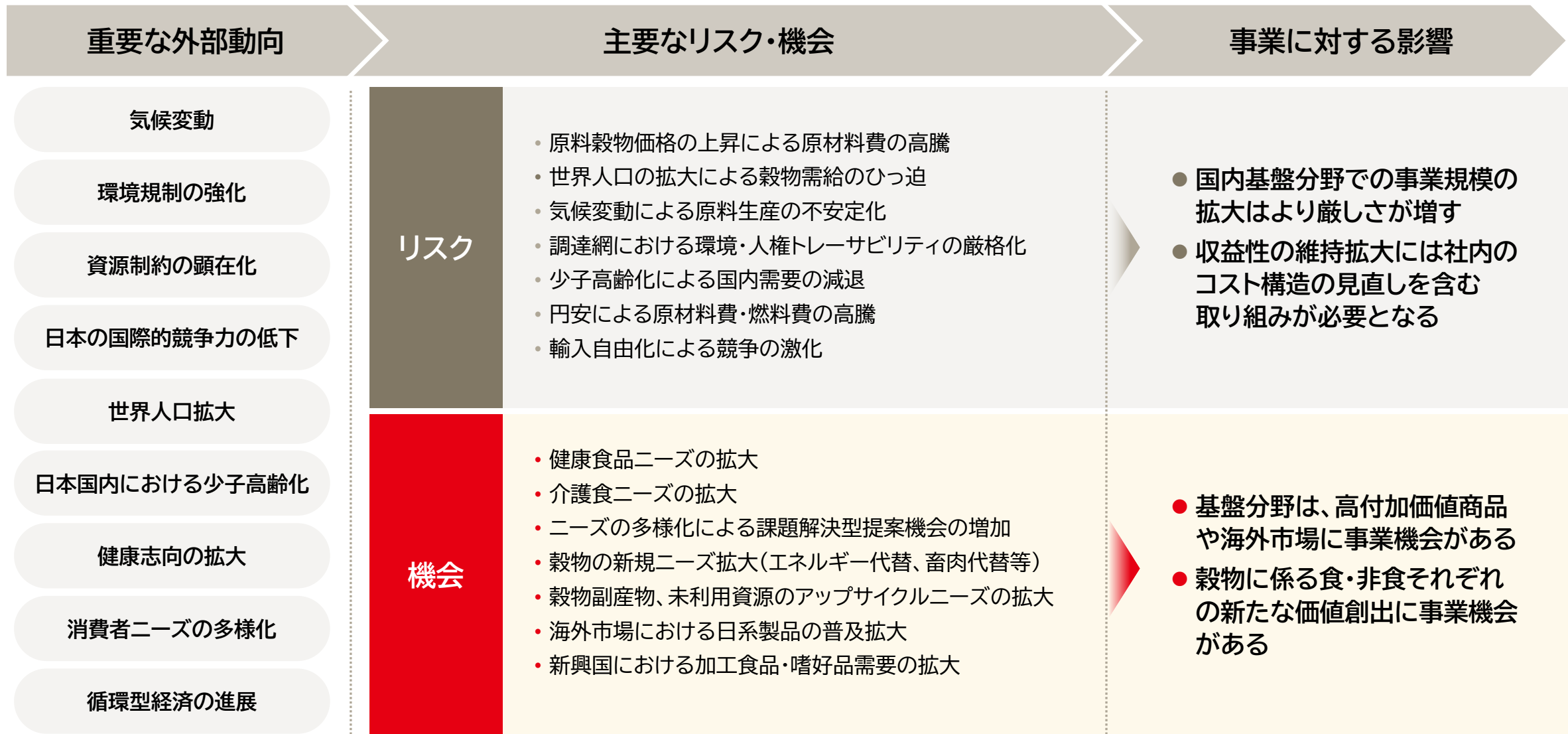
※1 2024年度は、本八幡ビルの売却により約26億円の固定資産売却益(特別利益)が発生。下段の括弧内は売却益を除いた実績値

※2 ROIC経営管理体制の本格導入に当たり改めて、当社でのROICの考え方を精査した結果、計算方法の見直しを実施
 ROIC = 税引後事業利益 ÷ 投下資本(期首期末平均)、事業利益: 経常利益 - 金融収支、投下資本: 有利子負債 + 自己資本

価値創出領域

- Food Solution**
 - 基盤分野の高付加価値商品の拡販
 - ベトナムでの展開をロールモデルに、グローバルでの事業領域拡大
 - ニュートリション分野
基盤分野の知見を活かした「健康分野」での川下展開
- Life Solution**
 - オレオケミカル・ファインケミカル分野
バイオ燃料等の次世代エネルギー、石油由来製品の代替技術への参入
製造工程で発生する副産物を活用した機能性素材の拡販

外部環境認識

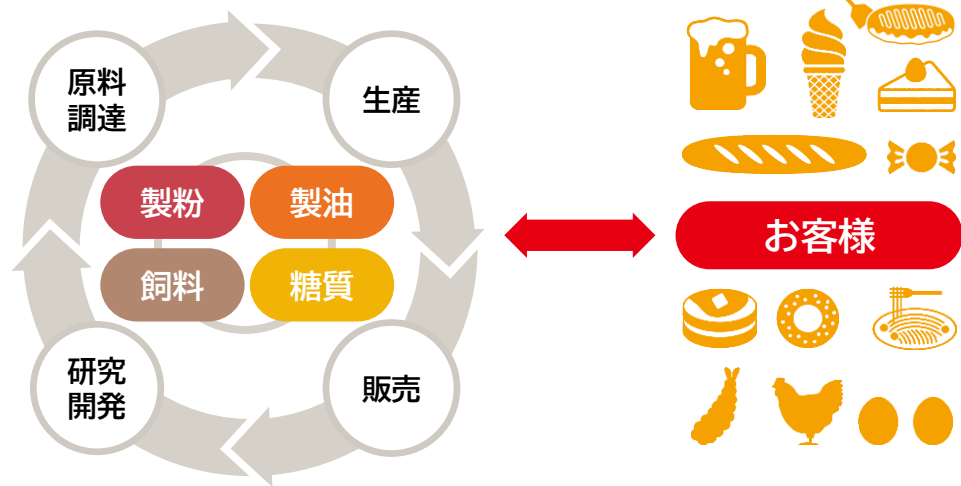


当社グループの強み・独自性

専門メーカーにはない「多様な穀物の専門性」でお客様のあらゆる課題を解決する、唯一無二の「穀物ソリューション・カンパニー」

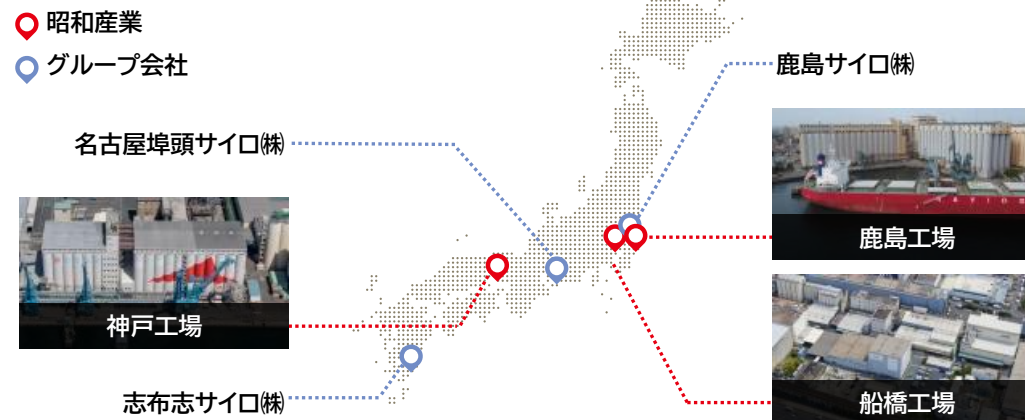
顧客起点の課題解決力

- 基盤分野の連携強化による専門性をバリューチェーンの各工程で活用
価値創造に向けたシナジーを生み出すことで、幅広いナレッジ、ノウハウによる課題解決を実現
- 顧客対話の深化によるニーズ発掘力・提案力
業態別・顧客別営業組織への移行により、複数穀物を扱う強みを活かしたワンストップ型ソリューション提案力を最大化。その結果、新規取引件数は組織改編前比**"1.6倍"**※1に伸長



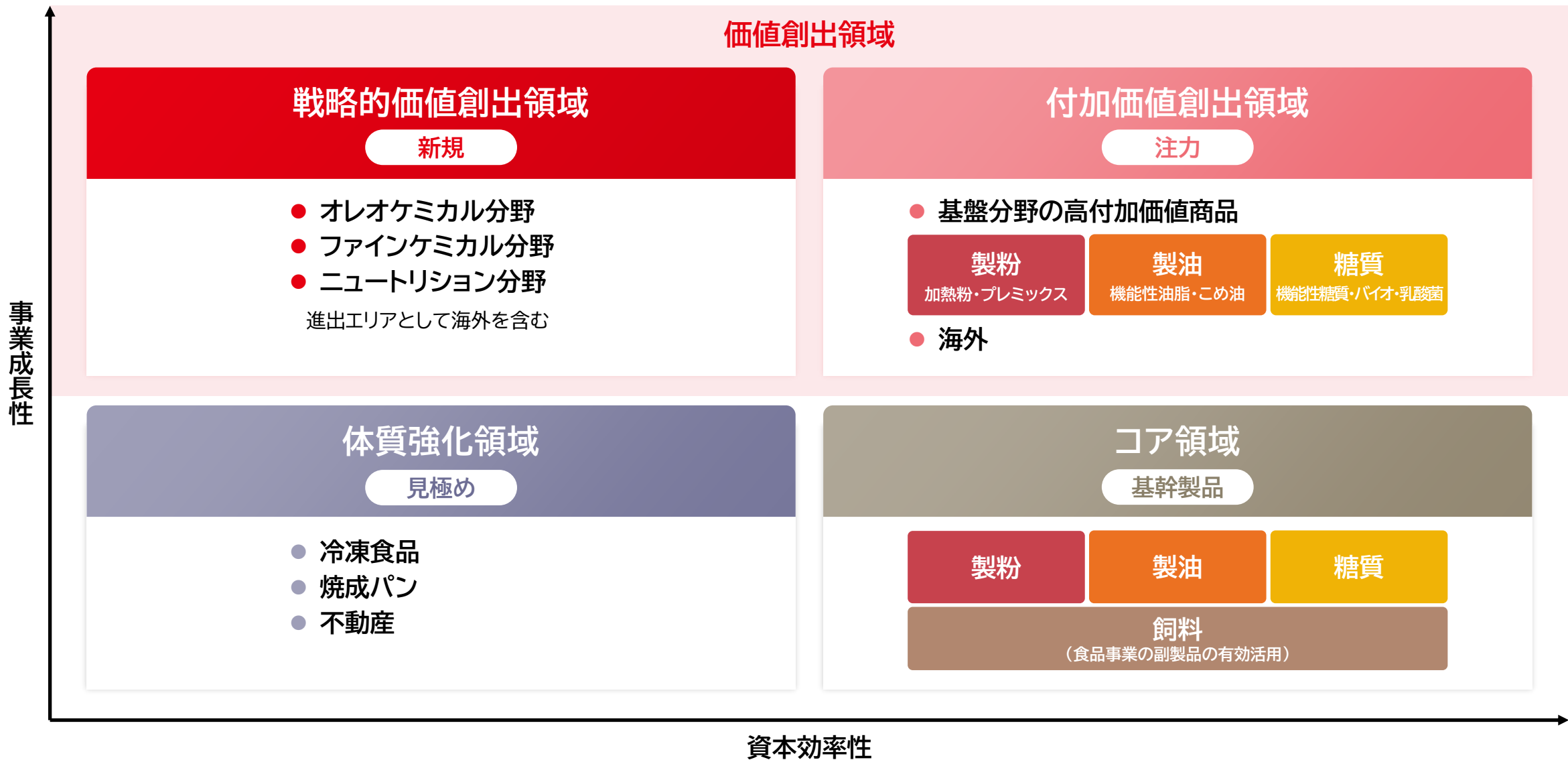
食糧インフラを支えるビジネスモデル

- 食品メーカーとして国内**"No.1"**※2の収容能力を誇る穀物サイロとパナマックス級大型船が接岸可能な専用バース
商社との多面的取り組みを基盤とした穀物調達力と国内屈指の備蓄力により、不透明な情勢下でも安定供給を実現
- 「食品メーカー基準」の品質管理
AIB基準に準拠した厳格な衛生管理のもと、サイロから工場まで一貫した高品質・低負荷な生産体制を構築
- 穀物を余すところなく最大限に活用
事業領域を超えた副製品(ふすま、大豆ミール、グルテンフィード等)の活用により、食品リサイクル率**"99.9%"**※3



※1 既存取引先への新たな取引含む(月平均) ※2 当社調べ ※3 昭和産業単体(過去5年間平均値)

事業ポートフォリオマネジメント



長期ビジョン実現に向けた投資アロケーション

(10年間累計)

投資
2,040億円～

価値創出
820億円～

基盤
1,220億円～

株主還元
560億円～

M&Aなどを活用した価値創出投資の積極実行

Food Solution	高付加価値	<ul style="list-style-type: none"> 基盤分野における差別化素材・高機能素材の販売拡大
	グローバル成長	<ul style="list-style-type: none"> ベトナムでの展開をロールモデルに、グローバルでの事業領域拡大
	ニュートリション	<ul style="list-style-type: none"> 基盤分野の知見を活かした「健康分野」での川下展開
Life Solution	オレオケミカル	<ul style="list-style-type: none"> バイオ燃料等の次世代エネルギー、石油由来製品の代替技術への参入
	ファインケミカル	<ul style="list-style-type: none"> 製造工程で発生する副産物を活用した機能性素材の拡販

基盤分野の持続的成長を支える資本効率を重視した成長投資の実行

事業構造の再編	<ul style="list-style-type: none"> グループ会社の統合連携の強化による収益安定化 更新投資と連動した生産拠点の最適化
業務効率化	<ul style="list-style-type: none"> 業務変革に向けたDX関連投資
サステナビリティ	<ul style="list-style-type: none"> 2050年カーボンニュートラル実現に向けた環境投資

株主還元の強化

還元方針	<ul style="list-style-type: none"> 配当性向40%以上を目標とした利益還元 投資進捗や資金状況に応じて追加での株主還元を実施
-------------	---

03 中期経営計画26-29

中期経営計画26-29の位置付け

収益体質の強化

- グループ会社の統合連携の強化
- 生産体制の再構築に向けた投資の実施
- 注力分野(Food Solution)での価値創出の取り組み強化
- 新規分野(Life Solution)への取り組み拡大
- コア領域の安定的な収益構造の確立

Step 1

中計26-29

現在

Step 2

事業領域拡大と
ポートフォリオ
の変革

Step 3

Food Solution
/ Life Solution
での収益の最大化SHOWA VISION 2035
穀物の
あらゆる可能性を
ひろげていく

中期経営計画26-29 定量目標

定量KPI	2024年度 実績	2025年度 見込	2029年度 目標	差異 (2025年度比)
ROE	8.8% ^{※1} (6.8%)	6.8%	8.0%	1.2%
ROIC ^{※2}	5.0%	4.7%	6.0%	1.3%
営業利益	111億円	110億円	140億円	30億円
営業利益率	3.3%	3.2%	4.0%	0.8%

配当方針

配当性向40%または、DOE3.0%のいずれか高い方を基準とする^{※3}

※1 2024年度は、本八幡ビルの売却により約26億円の固定資産売却益(特別利益)が発生。下段の括弧内は売却益を除いた実績値

※2 ROIC経営管理体制の本格導入に当たり改めて、当社でのROICの考え方を精査した結果、計算方法の見直しを実施
 $ROIC = \text{税引後事業利益} \div \text{投下資本(期首期末平均)}$ 、 $\text{事業利益} = \text{経常利益} - \text{金融収支}$ 、 $\text{投下資本} = \text{有利子負債} + \text{自己資本}$

※3 事業ポートフォリオ再構築や資産売却等の一時的な特殊要因を除く

中期経営計画達成に向けた全体方針

全体方針 収益体質の強化 基盤分野における収益力強化の取り組み×事業横断での事業基盤強化の取り組み

達成のための戦略

		施策の方向性				
		① 高付加価値商品へのシフト・コスト低減				
		基盤分野				新規・海外
		製粉	製油	糖質	飼料	
② 事業横断での事業基盤強化	コーポレート	●	●	●	●	
	研究開発	●	●	●	●	
	調達	●	●	●	●	斜線
		生産強化	生産強化	生産強化	生産強化	
	物流	●	●	●	●	斜線
	販売	●	●	●	●	斜線
	DX	●	●	●	●	

資金配分
③ 投資アロケーション

価値創出投資
170億円～

基盤投資
400億円～

株主還元
210億円～

① 高付加価値商品へのシフト・コスト低減の施策

基盤分野戦略サマリ

収益性の向上

高付加価値商品※の2029年度売上高 120%(2024年度比)

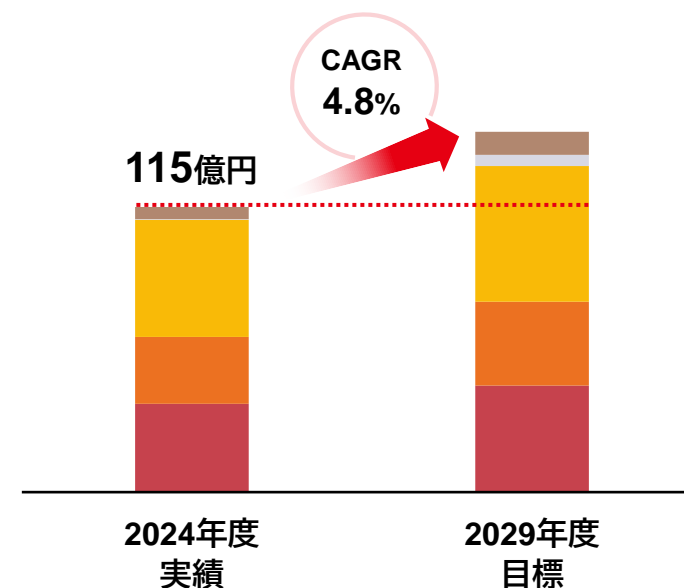
※社内で一定の基準値を定め算出

営業利益 (利益率)	2024年度 実績	中計26-29 平均目標	差額 (2024年度比)
食品事業	110億円 (4.0%)	127億円 (4.5%)	17億円 (0.5%)
飼料事業	5億円 (0.9%)	8億円 (1.0%)	3億円 (0.1%)



営業利益

食品事業: ■ 製粉 ■ 製油 ■ 糖質
 ■ 食品事業(上記以外のもの)
 飼料事業: ■



① 高付加価値商品へのシフト・コスト低減の施策

製粉

事業環境

- 国内は、人口減少と高齢化による1人あたり消費量の減少により需要が衰退
- 大手4社の寡占化や工場再編、業務提携が進む

当社グループの状況

- グループとして一定規模を有する一方、グループ会社単位の分散運用により、規模の効果を収益性向上に十分転換できていない
- 製油・糖質との組み合わせによる多様な取引先へのソリューション提案が可能

中計目標達成に向けた主な取り組み

1. 商品ポートフォリオの最適化

付加価値創出領域

- 独自技術の活用により高付加価値化した小麦粉(加熱粉、全粒粉等)やパスタの拡販
- プレミックスの配合技術や加工技術の高度化による差別化商品の開発とトップシェアカテゴリの育成
- 輸出の拡大

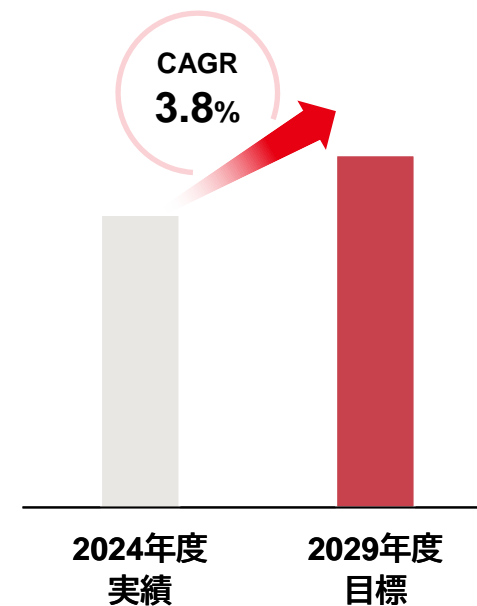
2. グループ会社機能の最適化による収益性の向上

コア領域

- 製粉7工場一体運用の確立と、製造拠点の最適化
- 奥本製粉、セントラル製粉との協業の深化
- 内外製粉、木田製粉とのサプライチェーンマネジメント(SCM)の強化

戦略的価値創出領域	付加価値創出領域 製粉 製油 糖質
体質強化領域	コア領域 製粉 製油 糖質 飼料

利益水準



※ 利益水準は製粉グループ会社の個別単純合算

① 高付加価値商品へのシフト・コスト低減の施策

製油

事業環境

- 国内は、人口減少と高齢化による1人あたり消費量の減少に加え、消費者の節約志向より需要が加速度的に衰退
- 大豆や菜種の搾油工程は差別化が難しく収益性が低い一方で、機能性油脂に対しては需要がある

当社グループ状況

- 原料調達コストやミールバリューの変動による高いボラティリティ
- こめ油やコーン油等多様な油種を持つことによる最適な油種ポートフォリオの構築

中計目標達成に向けた主な取り組み

1. 機能性油脂、こめ油等の高付加価値商品の拡販

付加価値創出領域

- 機能性油脂の拡販、付加価値向上
- こめ油の原料調達、生産体制強化によるシェア拡大
- 糖質と連携したコーン油のSCM強化による付加価値向上

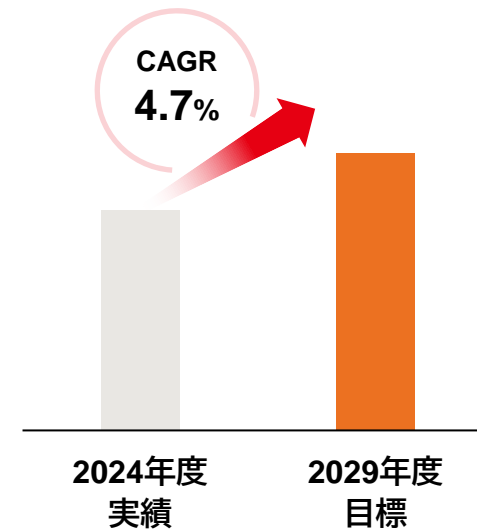
2. サプライチェーンマネジメントの強化によるコスト低減

コア領域

- 大豆・菜種油における、自社工場の稼働率と油脂およびミール販売の需給動向を踏まえた最適な生産コントロール

戦略的価値創出領域	付加価値創出領域 製粉 製油 糖質
体質強化領域	コア領域 製粉 製油 糖質 飼料

利益水準



※ 利益水準は製油グループ会社の個別単純合算

① 高付加価値商品へのシフト・コスト低減の施策

糖質

事業環境

- 輸入品の増加や酒税法改正の影響によるコモディティ商品の国内における需給バランスの変化
- 製造工程における環境負荷が大きい糖質業界に対する環境対応の要請

当社グループ状況

- 設備の老朽化と工場立地の分散による生産性の低下
- 業界トップレベルの事業規模を有し、鹿島地区に東日本における最大規模の生産拠点を有している

中計目標達成に向けた主な取り組み

1. 機能性糖質や結晶ぶどう糖等の注力商品の更なる強化

付加価値創出領域

- 機能性糖質の新規市場開拓による収益拡大
- 生産体制強化による収益基盤の強化

2. 次世代収益源の創出

付加価値創出領域

- サンエイ糖化を核としたバイオ・乳酸菌分野の拡大
- 機能性水あめをはじめとした新商品の早期上市による次世代収益源の確立

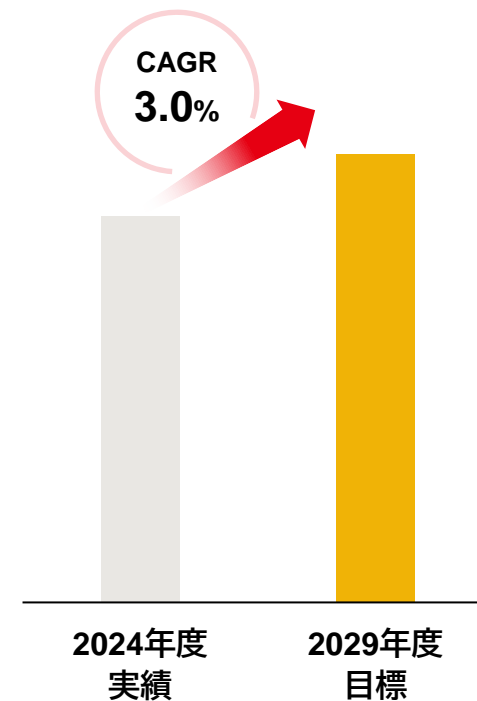
3. 持続的成長基盤の確立

コア領域

- 鹿島工場の関東最大の糖質製造拠点としての地位確立に向けた適切な設備投資
- 専門人財の育成

戦略的価値創出領域	付加価値創出領域 製粉 製油 糖質
体質強化領域	コア領域 製粉 製油 糖質 飼料

利益水準



※ 利益水準は糖質グループ会社の個別単純合算

① 高付加価値商品へのシフト・コスト低減の施策

飼料

事業環境

- 東南アジアでの畜産物の消費拡大に伴う家畜飼料向けの飼料原料需要の増加
- 畜産物に求められるニーズの多様化
- 付加価値卵のニーズの増加

当社グループ状況

- 鶏卵相場や家畜疾病発生の影響による高いボラティリティ
- 穀物の調達および、飼料原料となる副製品の自社生産から配合飼料の販売、畜産物の生産管理までを一気通貫で展開

中計目標達成に向けた主な取り組み

1. 鶏卵を中心とした畜産分野を含めた収益拡大

コア領域

- 自社飼料原料を使用した配合飼料生産から、鶏卵の生産、販売までの一元管理促進による鶏卵事業の拡大
- 市場ニーズにあった付加価値畜産物の開発

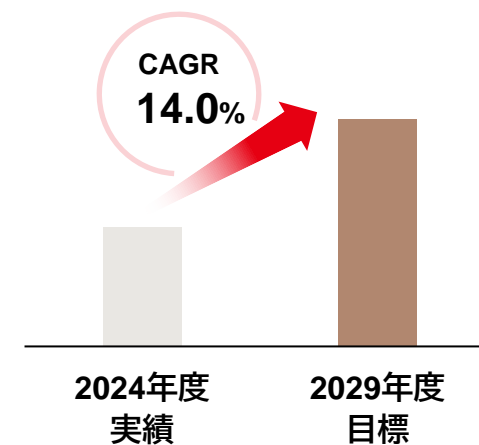
2. 食品事業の収益最大化への貢献

コア領域

- 食品製造工程で発生する未利用資源の飼料や肥料分野での活用によるアップサイクル
- 副製品(ふすま、大豆ミール、グルテンフィード等)の飼料原料としての活用による食品事業の操業安定化への貢献



利益水準



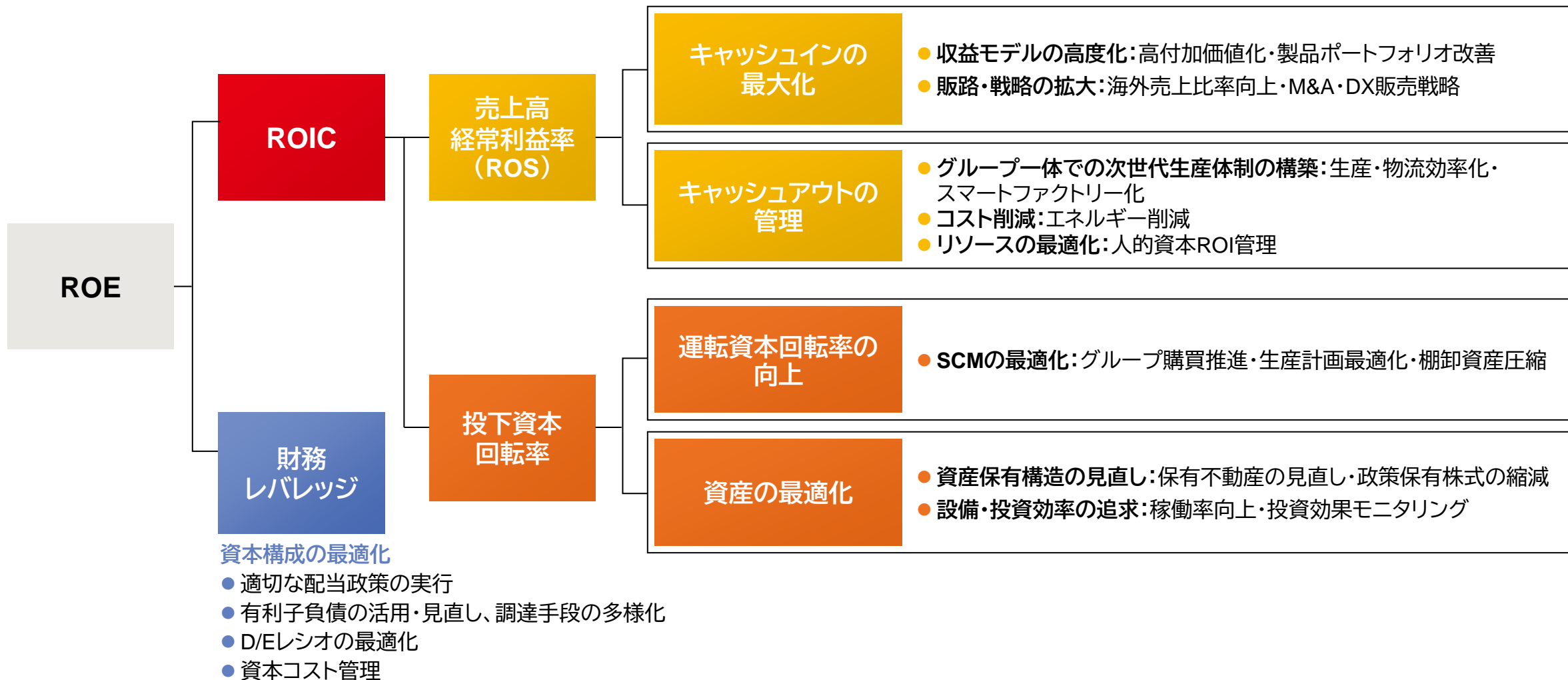
※ 利益水準は飼料グループ会社の個別単純合算

② 事業横断での事業基盤の強化 | 部門別の取り組み

	取り組み	目指す成果
コーポレート	<ul style="list-style-type: none"> ● ROIC経営管理体制の本格導入 ● グループ経営管理基盤の整備 	企業価値向上
研究開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 素材研究とアプリケーション開発の進化 	高付加価値商品強化
調達	<ul style="list-style-type: none"> ● 変化に強いフレキシブルな原料調達体制の構築 	調達コスト低減・安定調達確保
物流	<ul style="list-style-type: none"> ● 物流拠点の再配置とグループ一体管理 	物流最適化
販売	<ul style="list-style-type: none"> ● 業態別・顧客別営業組織によるソリューション提案型営業の深化 	顧客ロイヤルティ最大化
DX	<ul style="list-style-type: none"> ● データマネジメントと生成AI活用 	業務の効率化・高度化

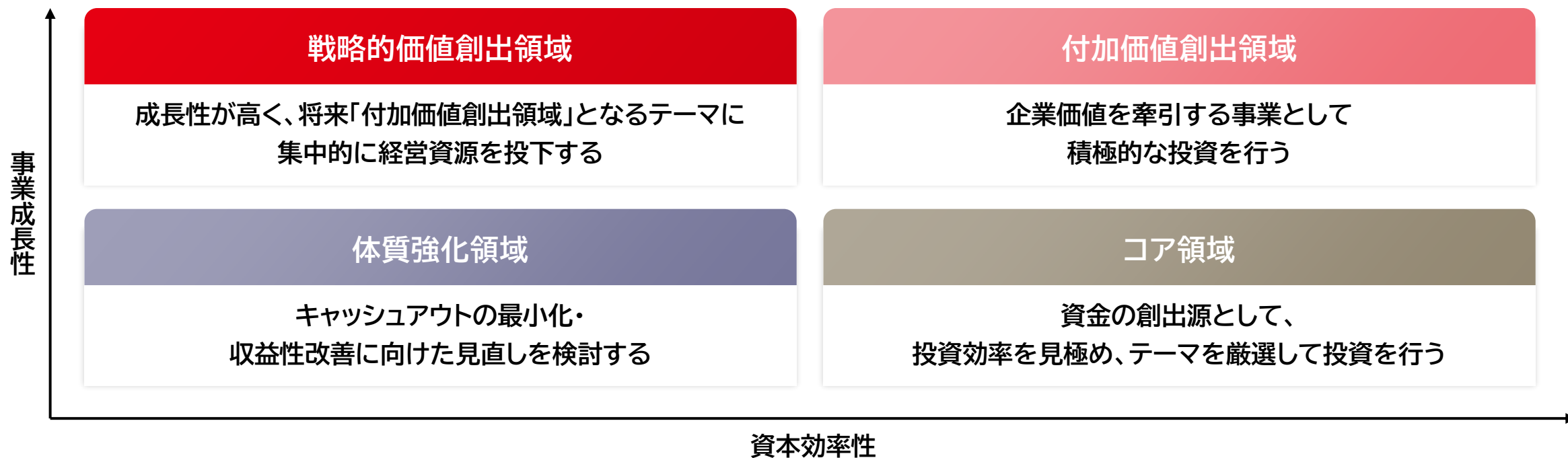
② 事業横断での事業基盤の強化 | ROIC経営

ROIC経営によりグループ全体の損益・資本効率を向上し、最適な資源配分を通じて企業価値最大化とPBR1倍以上を目指す



② 事業横断での事業基盤の強化 | ROICを基にした事業戦略の考え方

- **全社WACC(4.0%)とのスプレッド最大化**
ROICと全社WACCのスプレッドを徹底管理し、資本効率経営を推進する
- **事業別WACCによるポートフォリオ最適化**
事業別のWACC管理によりリスク・リターンを明確化／戦略的投資と再編を通じ、ポートフォリオを最適化する
- **個々の投資については、ハードルレートを超過する収益性を確保**
ハードルレートは5.0%を基本とし、案件に応じてカントリーリスクプレミアム等を加算する



② 事業横断での事業基盤の強化 | 調達戦略

外部環境

- 北半球から南半球へ穀物主産地移動による南米や豪州等他産地の輸出競争力増強
- 異常気象の頻発に伴う原料穀物価格の変動リスク拡大
- 地政学リスク増大による調達先多様化とBCP対応

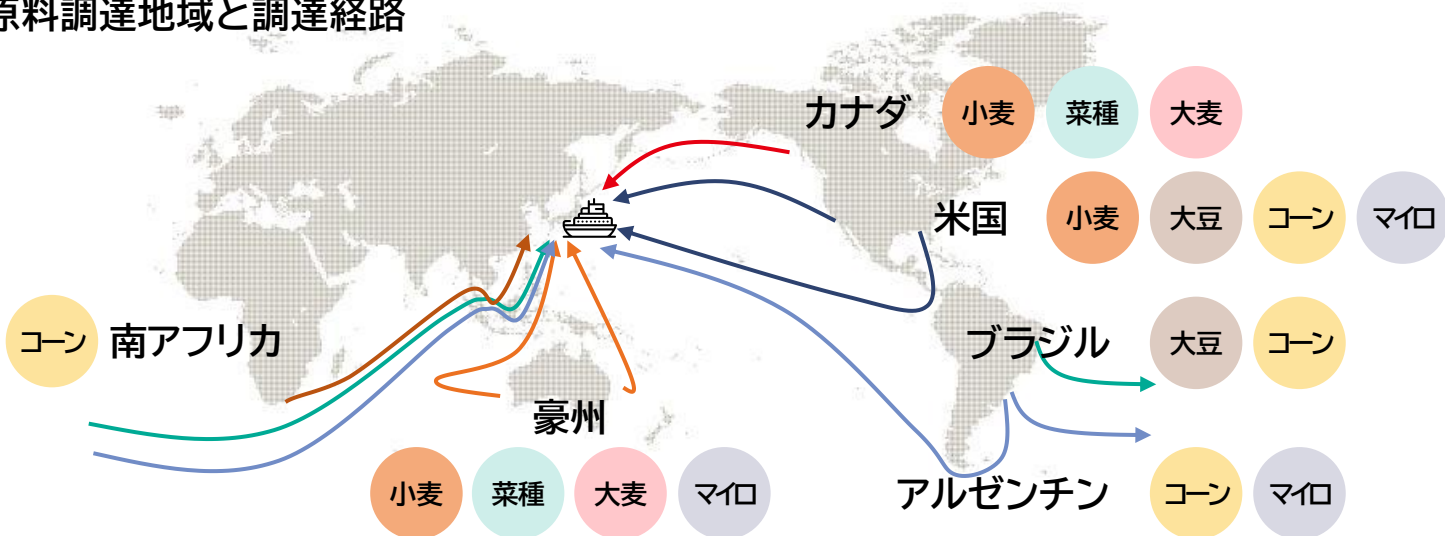
内部環境

- 複数商社との強固なパートナーシップによる物流網の構築
- 複数事業のシナジーを活かした穀物調達における競争優位
- 資本効率を最大化する原料在庫の最適化

安定調達強化の取り組み

原料の多産地化により地政学・気象リスクを低減し、社会情勢に左右されない柔軟で強靱な供給体制を確立する

原料調達地域と調達経路



- 原料調達地域の多産地化によるリスク分散
- 柔軟な原料供給を可能にする調達体制の確立
- 米や小麦をはじめとする国内産穀物の活用
- 環境や人権に配慮した持続可能な原料調達

② 事業横断での事業基盤の強化 | DX戦略

外部環境

- 国内労働人口減少に伴う技術継承と生産性向上の課題顕在化
- 生成AI等の先進技術普及によるデータ利活用の競争激化
- 急激な事業環境変化に即応する柔軟なシステム基盤の必要性

内部環境

- 創立以来90年で蓄積した多様な素材の知見と顧客データの活用
- スマートファクトリー化推進による生産自動化と需要予測によるSCM効率化
- AI活用による開発・提案精度の向上と営業力の進化

データ・デジタル技術を活用した業務変革の取り組み

データと生成AIで差別化を図り、業務の効率化と新たな価値創出につなげる

ロードマップ

		2026年度 構築フェーズ	2027年度 導入フェーズ	2028年度 運用フェーズ	2029年度 ありたい姿へ
デジタル推進	データマネジメント	データ基盤の強化・拡大		現場浸透	拡大・革新 グループ 本格展開
	生成AI	全社展開	活用進化		
体制	組織	全社横断DXプロジェクト設置		DX専門組織発足	
	人財育成	デジタル推進リーダー・エキスパートの育成			
IT基盤の整備		基盤整備・将来構想	インフラ構築・最適化		

- データドリブン経営への転換
- データ基盤の強化と管理体制の高度化
- 独自AIモデルによる業務プロセスの革新
- 全社横断組織によるDX推進の加速
- 変革を牽引するデジタル人財の育成
- 事業戦略と連携したITインフラの最適化

② 事業横断での事業基盤の強化 | 販売戦略

外部環境

- 国内人口減少に伴う食糧需要減退とニーズ多様化
- 国内食関連業界の人手不足の深刻化
- 経済発展が著しい東南アジアでの食文化の高度化

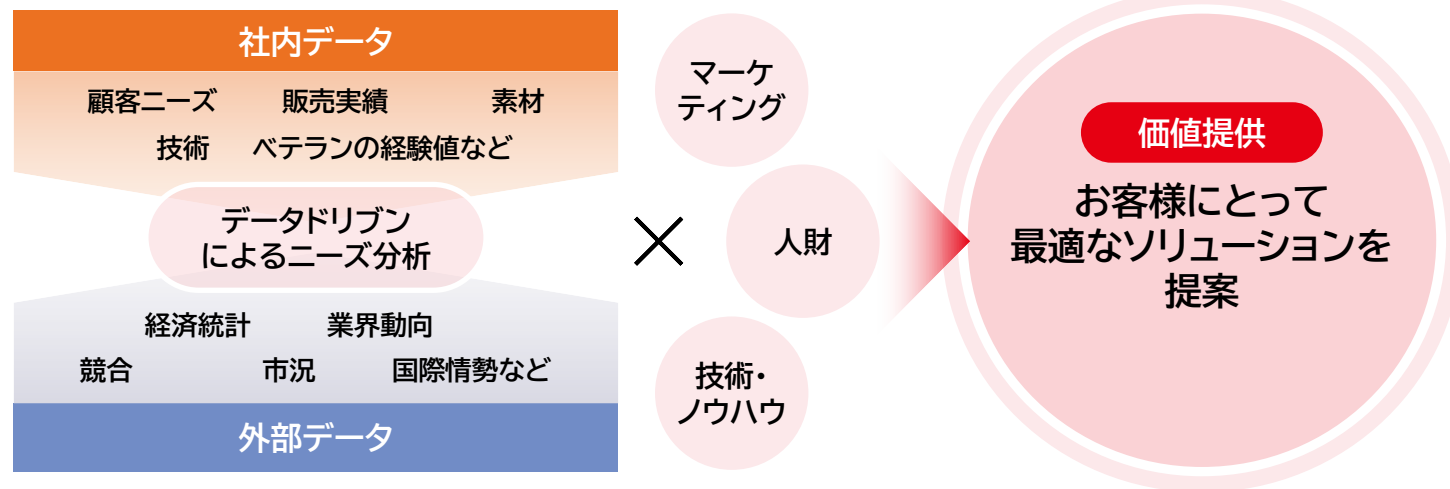
内部環境

- 複数穀物を扱う強みを活かしたワンストップ型ソリューション提案
- 組織集約によるマーケットイン型提案の深化
- 多様な素材と技術・知見を活かした高度な課題解決力

販売強化の取り組み

ワンストップ型ソリューション提案で顧客ロイヤルティを最大化し、「信頼され選ばれる」昭和産業ブランドの確立を推進する

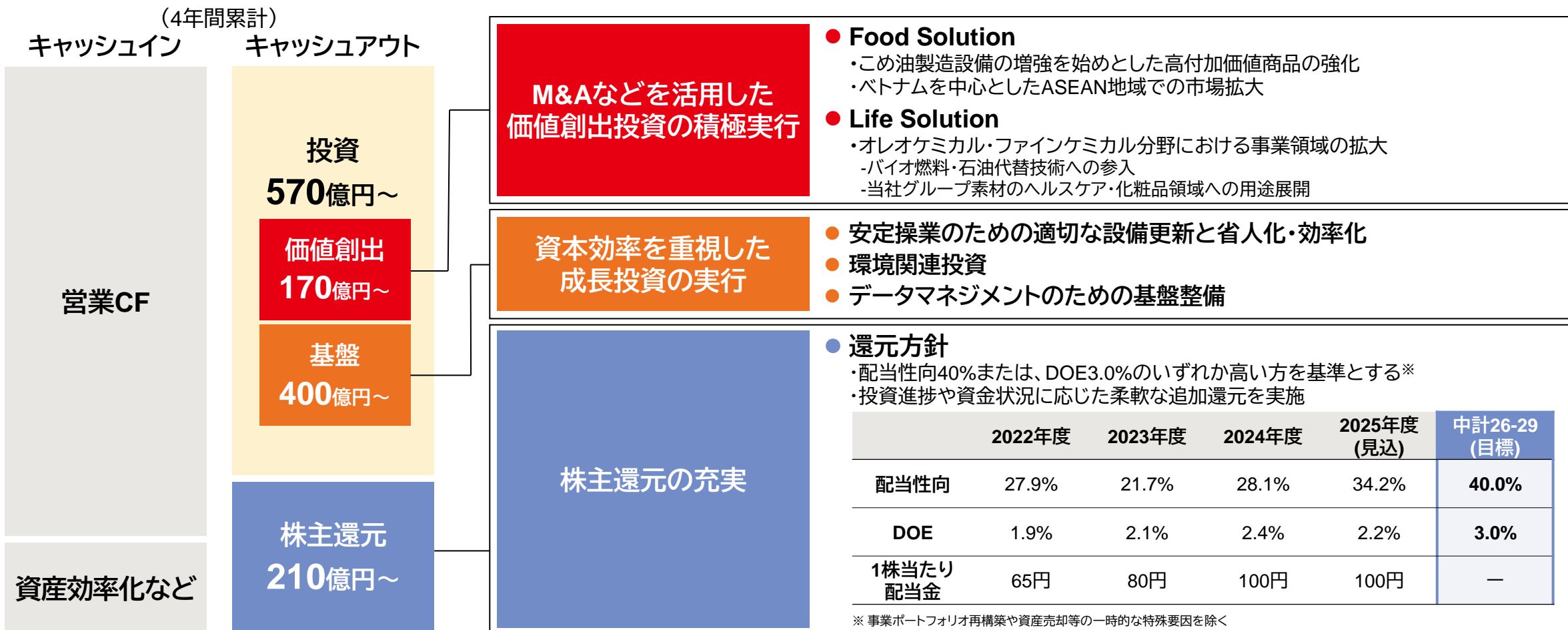
■ データとノウハウの融合による価値創造サイクル



- データドリブンによるニーズ分析と高精度な課題解決
- 営業支援型マーケティング機能のさらなる強化
- ユーザーイン・ワンストップ型営業人財育成
- 素材と技術の融合による課題解決と「おいしさ」の両立
- 国内成功モデルのソリューション提案型営業を海外へ展開

③ 投資アロケーション

- ROE 8%の達成を目指し、基礎収益力の強化と政策保有株式等の売却を戦略的に推進
- 成長投資と株主還元のバランスを重視し、持続的な企業価値向上を実現



持続的成長に向けた重要課題

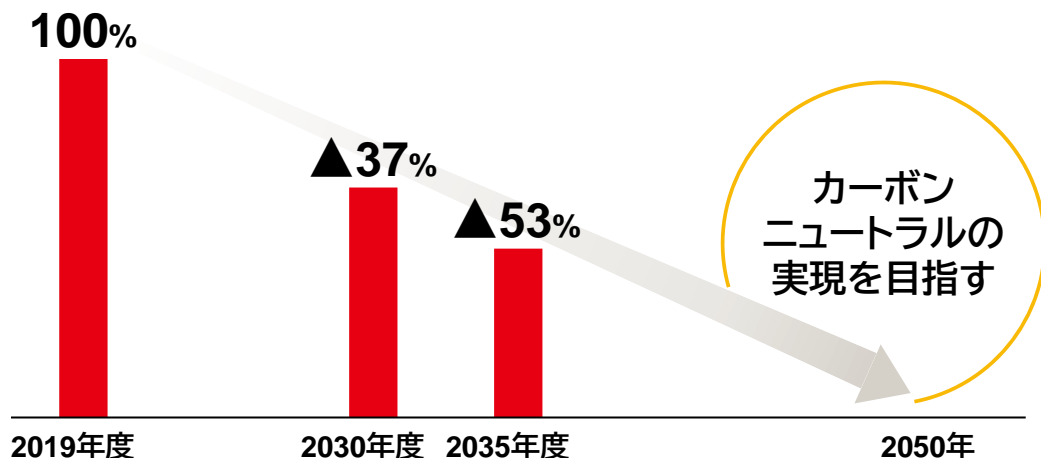
マテリアリティ	取り組みテーマ	主なリスク	主な機会
穀物由来素材の可能性の追求	<ul style="list-style-type: none"> 穀物の価値の深耕 新規用途追求 未利用資源の活用 	<ul style="list-style-type: none"> 事業化遅滞による競争力低下 既存事業の稼働率低下 	<ul style="list-style-type: none"> 代替ニーズ対応等による市場拡大 副産物・未利用資源活用による新市場の獲得 外部連携による技術力とリソースの強化 知財戦略による競争優位性の確立
食生活への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 多様なニーズを満たす食品の提供 よりよい栄養へのアクセス 	<ul style="list-style-type: none"> 国内需要縮小と競争激化による減益 節約志向による嗜好品買い控え 	<ul style="list-style-type: none"> 特定ニーズ対応による競争力向上（健康食品・介護食・アレルギー・ハラール等） ワンストップ型ソリューション提案の拡大 海外市場における製品普及の加速 販売チャネルの多様化による需要獲得
社会から信頼される安定的な商品提供	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な安定生産 安全・安心で良質な商品提供 安定調達・サステナ調達 環境・人に優しい物流 	<ul style="list-style-type: none"> 製品事故による健康被害の発生 世界的な穀物需給のひっ迫 サプライチェーンの環境・人権対応不足 物流網の機能不全 	<ul style="list-style-type: none"> スマートファクトリー化による生産性革新 戦略的調達による競争力の向上 食品安全の高度化による優位性確立 持続可能な安定供給体制の構築
未来に繋ぐ地球環境の実現	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対応 水資源の保全 生物多様性対応 	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動による原料生産の不安定化 水不足・水質悪化による操業停止 生物多様性対応の不足による企業価値毀損 	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーからの評価向上 J-クレジット創出による新市場の獲得 バイオマスの再エネ原料への用途拡大
人財と組織力の強化	<ul style="list-style-type: none"> 組織文化の醸成 働きがいの向上 人財マネジメント D&Iの推進 	<ul style="list-style-type: none"> 人財獲得・定着の難化 エンゲージメント低下 D&I推進不足によるイノベーションの停滞 	<ul style="list-style-type: none"> 成長機会拡充と適財適所による従業員ポテンシャルの最大化 変化に柔軟に対応できる組織文化の醸成
誠実な経営	<ul style="list-style-type: none"> 事業ポートフォリオマネジメント リスクマネジメント 企業倫理・コンプライアンス 人権の尊重 ステークホルダーとの対話の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンス不全による経営不健全化 システム障害等による事業停止 	<ul style="list-style-type: none"> 戦略的なポートフォリオマネジメントによる企業競争力の向上 積極的なIR/SR活動によるブランドイメージ向上

脱炭素・環境負荷低減に向けた新グループ環境目標

脱炭素を経営の重要課題と捉え、2050年目標の達成に加え、食品ロス・水使用量削減を含む多角的な環境負荷低減を同時並行で推進する

項目	基準年	目標年度	目標値
GHG排出量の削減(Scope1,2)	2019年度	2030年度	▲37%以上
		2035年度	▲53%以上
		2050年	カーボンニュートラルを目指す
食品ロスの削減	2018年度	2030年度	▲30%以上継続
水使用量の削減	2019年度	2030年度	▲12%以上(原単位)
プラスチック※1使用量の削減	2013年度	2030年度	油ハンディボトル※2:▲12%以上(原単位)
		2030年度	プレミックス:環境対応銘柄※3数 70%以上

GHG排出量削減目標(Scope1,2)



省エネ・創エネ

- ・ コージェネレーション設備利用継続
- ・ 省エネ設備・機器の導入および工程改善・効率化
- ・ オンサイト・オフサイト太陽光発電の導入
- ・ メタン発酵発電および工程廃棄物・副産物の燃料化

燃料転換・再エネ利用

- ・ コージェネレーション設備の燃料転換
- ・ 熱(蒸気)製造設備の電化
- ・ バイオマス燃料およびCO₂フリー電力の利用拡大
- ・ 蓄電池の導入、蓄電所の活用による再エネ利用の安定化

オフセット・次世代エネ利用

- ・ 非化石電力証書・クリーンガス証書の購入
- ・ J-クレジットの活用および排出量取引制度への対応
- ・ 次世代エネルギー(e-メタン・水素・アンモニア)の利用

※1 化石燃料由来容器包装材に使用するワンウェイプラスチック ※2 ハンディボトル1000g、1500g ※3 プラ使用量削減率10%以上の銘柄 2013年度プラ使用量比

人的資本戦略

3つの戦略で「組織」と「個々」の力を引き出し、人財ビジョン、そして「ありたい姿」の実現を目指す

人的資本戦略の3つの柱

人財ビジョン

支え合い、自ら考え、
挑戦する人財

「思いやり×挑戦」文化
の醸成

- 従業員エンゲージメントの向上
- 多様な価値観・働き方の受容
- 新たな取り組みを推奨する風土

キャリアオーナーシップ
の実現

- 主体的な学び・成長支援
- 手挙げ・公募制度の拡充
- 海外・新規事業への挑戦機会

グループ人財マネジメント
の高度化

- データに基づく適財適所の配置
- グループ間人財交流の活性化
- サクセッションプランの実行

ポテンシャルの
最大発揮

チャレンジ精神
イノベーション

経営戦略の実現

KPI

「SHOWAいきいき指標」
2029年度 70%以上

エンゲージメント・サーベイ
「働きがい」・「対処思考」・「職場の安全性」
のポジティブ回答平均値

ステークホルダーエンゲージメントの強化

透明性の高い情報開示と双方向の対話を通じて、信頼の獲得とステークホルダーの期待に応える経営を実現する



「穀物ソリューション・カンパニー」今後のブランド展開

企業ブランドロゴ

グループ一体運営の推進および
視認性の向上を目的にバリエーション整理

パッケージ・
TVCMなど



穀物ソリューション・カンパニー

名刺・
統合報告書
など



昭和産業グループ

ビジネス・ダイアグラム

昭和産業グループで取り扱う穀物を表現するため
「米」の要素を追加



追加アイテム



04 株主還元施策・トピックス

株主還元(配当)について

これまでの配当方針

将来の企業成長に必要な投資と株主還元

の充実を意識しながら

配当性向**30%程度**を目安に

安定的な配当を継続

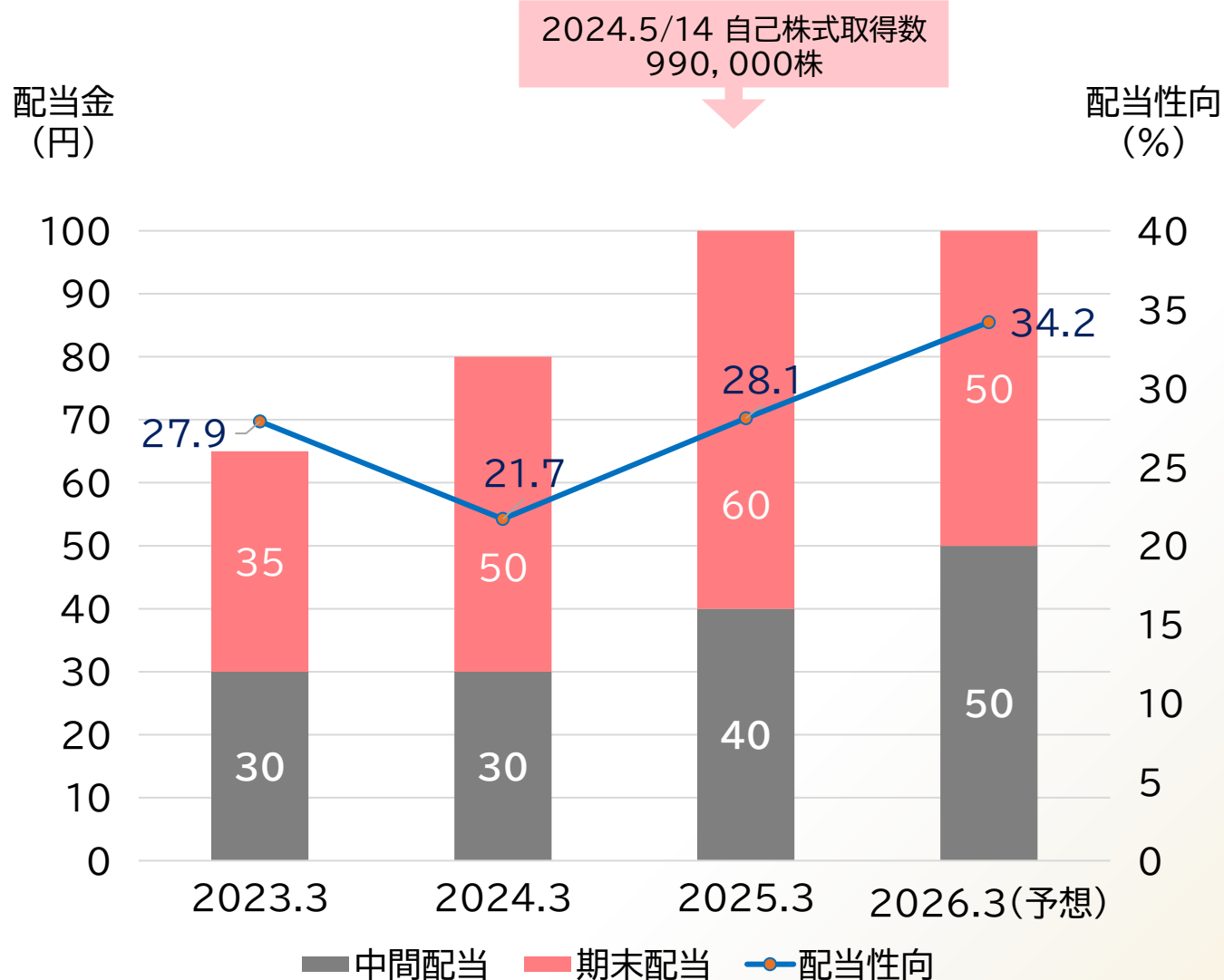


新たな配当方針

配当性向**40%**または、**DOE3.0%**の

いずれか高い方を基準に、

投資進捗や資金状況を勘案して実施



株主優待制度

<p>対象</p>	<p>毎年3月末現在の株主名簿に記載された100株以上保有の株主様</p>		
<p>内容</p>	<p>100株以上200株未満</p> <p>1,000円相当の当社 家庭用商品詰め合わせ</p>	<p>200株以上1,000株未満</p> <p>3,000円相当の当社 家庭用商品詰め合わせ</p>	<p>1,000株以上</p> <p>5,000円相当の当社 家庭用商品詰め合わせ</p>
<p>商品内容※</p> <p>※ 商品内容は 毎年変更あり</p>	<p>■1,000円相当の例</p> 	<p>■3,000円相当の例</p> 	<p>■5,000円相当の例</p> 
<p>発送時期</p>	<p>毎年6月下旬～7月上旬を予定</p>		

『俺が好きならすーくてちーちैयाつ。ホットケーキミックス』



発売日

2026年3月1日(日)

プロモーション計画

テレビCM、SNSキャンペーン、
試食会開催 他

直径8センチ、3分で焼ける、唯一無二の
「尖った」ホットケーキミックスが誕生！



うす焼きホットケーキマニア
堂本剛さん



見通しに関する注意事項

- 本資料は、現時点で入手可能な情報や、合理的と判断した一定の前提に基づいて策定した数値であり、潜在的なリスクや不確実性などを含んでいることから、その達成や将来の業績を保証するものではありません。
- また実際の業績等も本資料における見通し、計画等とは大きく異なる結果となる可能性がありますので、本資料のみに依拠して投資判断を下すことはお控え下さい。
- なお、将来における情報・事象およびそれらに起因する結果にかかわらず、昭和産業グループは当経営計画を見直すとは限らず、またその義務を負うものではありません。