

# 中期3ヶ年経営計画 (2024年3月期～2026年3月期)

和弘食品グループ『ザ・グレートリセット』(Wakou “The Great Reset”)



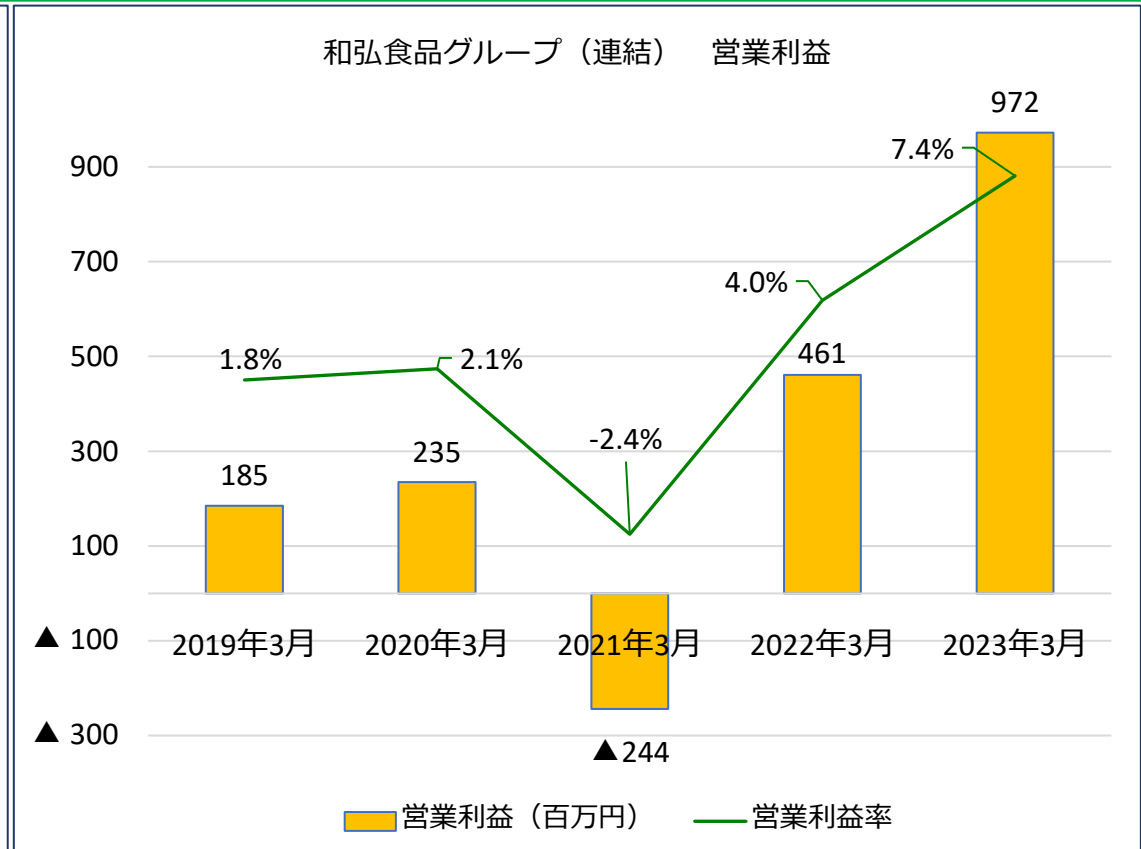
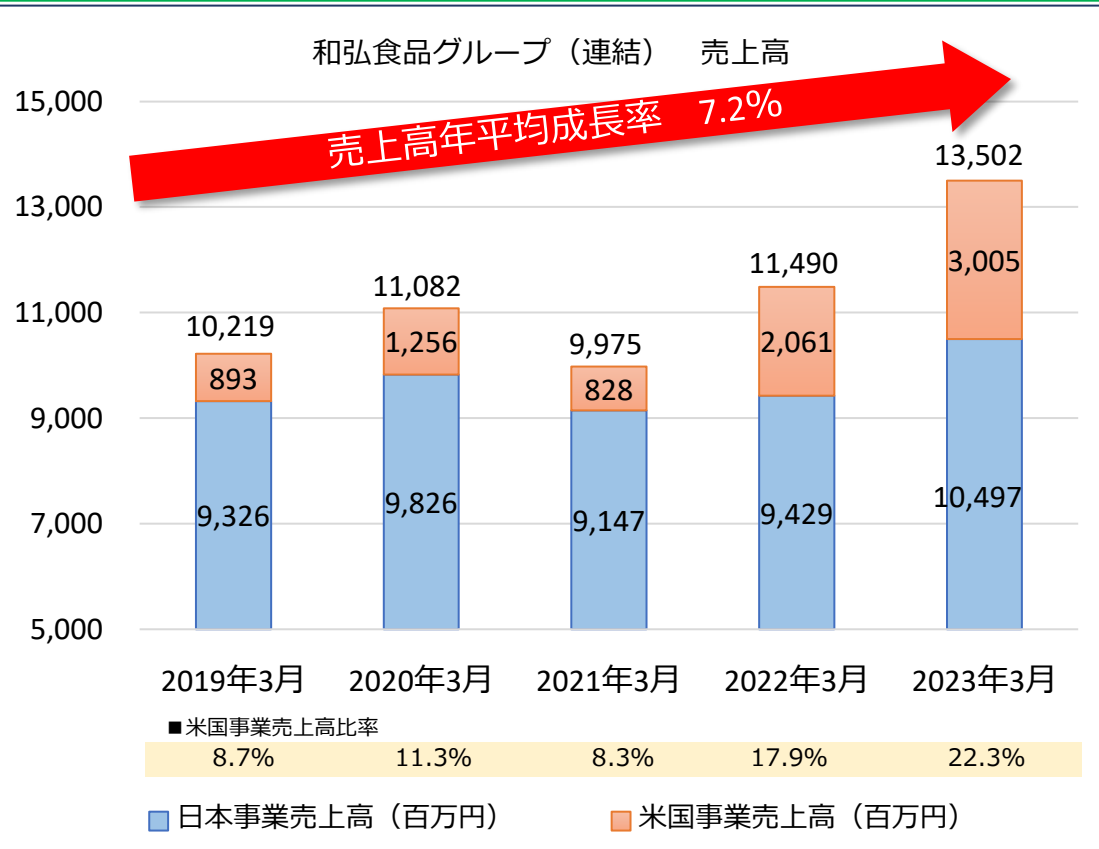
2023年11月14日

和弘食品株式会社

東証スタンダード 札証 (証券コード2813)

# これまでの振り返り：業績推移（2019年3月期～2023年3月期）

- ◆ 日本事業は、コロナ禍を乗り越えて成長を継続。  
次なる成長に向けては、収益力強化等による事業の構造改革を推進。
- ◆ 米国事業は、ラーメンブームの浸透や市場拡大により急成長。  
更なる拡大のためには、生産体制強化や人材確保が喫緊の課題。



## これまでの振り返り：企業としての課題（2019年3月期～2023年3月期）

### 日本事業（和弘食品）

- (1) 利益獲得できる収益構造への転換  
➢ 収益力強化に向けた構造の改革
- (2) 成長に対応した生産バランスの見直し  
➢ バランスの良い生産アイテム構造への変化
- (3) 次の成長に向けた事業構造改革  
➢ 事業領域の拡大と新たな価値を創造し、成長分野へ積極的に資源投下

### 米国事業（WAKOU USA INC.）

- (1) 市場ニーズに対応可能な生産体制の構築  
➢ 生産能力増強
- (2) 労働力不足への対応  
➢ 生産管理から製造現場までIT化推進
- (3) マーケティング力強化による成長  
➢ 営業・開発力強化による新規販売チャネルの開拓と市場ニーズに合わせた製品開発推進

全社戦略の再定義と組織の強化・再編により、地域戦略の最適化と環境変化への素早い対応が可能な企業体質への『抜本的な改革』に向けた重点施策を起動

本中期3ヶ年経営計画を

【戦略】 既存事業戦略の最適化と事業領域の拡大及び新たな価値創造の推進

【組織】 会社の制度や組織、仕事のフロー、行動管理の基準など戦略実行のための組織改革と人材育成の構造改革に重点を置いた

## 和弘食品グループ 『ザ・グレートリセット』 (Wakou “The Great Reset”)

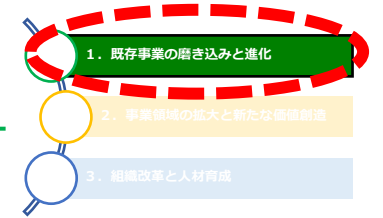
と位置づけ、以下の重点施策に取り組みます。



1. 既存事業の磨き込みと進化

2. 事業領域の拡大と新たな価値創造

3. 組織改革と人材育成



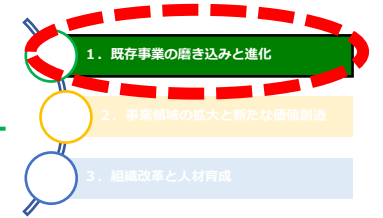
## 1. 既存事業の磨き込みと進化（日本）

### 日本事業（和弘食品）の収益構造の改革

既存事業の  
磨き込みと  
進化

- ① 事業の絞りと集中を図り、当社の付加価値を最大限に活かせる領域へ集中展開
- ② コスト構造の抜本的見直しによる高収益構造への転換
- ③ 強み（味作り・品質・スピード）の徹底強化で顧客満足度向上
- ④ 製販部門連携強化による生産効率の最適化
- ⑤ 自動化・省力化による生産性向上、作業環境改善
- ⑥ ロングセラー商品の育成

日本事業営業利益率 **4%以上**（2023年3月期は2.3%）



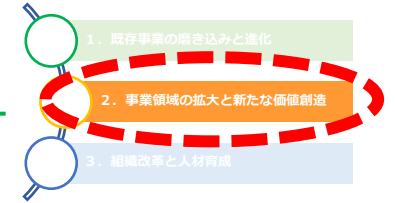
## 1. 既存事業の磨き込みと進化（米国）

### 米国事業（WAKOU USA INC.）シェアの更なる拡大

既存事業の  
磨き込みと  
進化

- ① ラーメン市場の成長拡大に合わせた工場拡張
  - ・ 調合設備の拡大により生産能力を増強
  - ・ 生産スペース拡張により充填設備の増設
  - ・ 一部製品内製化により更なる競争力の向上
- ② 生産管理から製造現場までDX推進
- ③ 主力製品の徹底強化と市場ニーズに合わせた製品開発の推進
- ④ 専門人材の確保及び組織化と組織増強による人員増強
- ⑤ マーケティング・ブランド強化による販売領域の開拓・拡大

米国事業売上高比率 **25%以上**（2023年3月期は22.3%）



## 2. 事業領域の拡大と新たな価値創造

事業領域  
の拡大

### ① 海外ビジネスを強化

- ・ 利益成長のドライバーであるラーメンスープ事業の拡大加速
- ・ 北米に続き、欧州、東南アジアでの市場開拓を積極展開

### ② 新事業の探索

### ③ こだわりの追求、新商品の開発

- ・ 製法や原材料による当社独自の付加価値追求

### ④ 北海道ブランドの確立

- ・ SDGsの観点から環境に配慮した商品開発
- ・ 『北海道の恵みと共に』のコンセプトでの北海道素材商品の開発・提案

新たな  
価値創造



### 3. 組織改革と人材育成

#### 組織改革

- ① 戦略立案と組織間連携を推進する事業戦略室の設置
- ② 戦略を実行推進する戦術会議の設置
- ③ グローバル化を推進する海外事業推進室の設置

#### 人材育成

- ④ リーダー人材の育成とDXへの取組み強化
- ⑤ 「プロのためのプロ企業」の人材育成と確保
- ⑥ 働きがいのある職場作り
  - ・ 労働環境の改善
  - ・ ダイバーシティの推進
  - ・ 社内や地域とのコミュニケーション活性化
  - ・ エンゲージメント調査の活用



2027年3月期～ 更なる成長ステージへ

中計2024年3月～2026年3月期

和弘食品  
グループ  
『ザ・グレート  
リセット』

ラーメン食文化の発展への貢献  
そして我々は目指す  
『ラーメンスープを  
北海道から世界へ』

～2023年3月期

現在

【和弘食品グループ 2026年3月期数値目標】

項目	連結目標
売上高	160億円
営業利益	13億円
売上高営業利益率	8.1%

内訳

日本事業		米国事業	
117億円	売上高比率 25%以上	43億円	
5億円		8億円	
営業利益率 4%以上	4.2%	18.6%	

※為替レート 145円/ドル

## 事業を通じた取り組み

### 地球環境への配慮

#### ● 工場設備の入替

工場内の照明LED化やボイラ燃料転換と効率化による省エネとCO<sub>2</sub>の排出削減を進め、環境課題への取り組みを促進しております。



### 廃棄物削減への取り組み

#### ● 抽出残渣昆布の飼料転用

生産加工を終えた昆布を羊の飼料として転用することで、産業廃棄物の削減に貢献しております。



#### ● 脱水汚泥の削減

汚泥処理分解菌により、工場から排出される汚泥を限りなくゼロに減容し、産業廃棄物の削減に貢献しております。



## 事業を通じた取組み

### サステナブルな商品開発



● **昆布石鹸**  
 生産加工を終えた昆布を再利用し、製品廃棄削減にも貢献した商品を開発しております。



● **ブリ塩ラーメン**  
 地球温暖化による海洋環境の変化により、漁獲量が急増した函館産ブリの知名度向上と利用拡大を促すための活動を行っております。



## 社会への取組み

### 地域への貢献





## 和弘食品の三つの誠実

本資料には、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する見通しの記述が含まれております。これらの記述は発表日時点で把握可能な情報から得られた当社の経営判断に基づいており、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。実際の業績は、様々な要因により、見通しとは異なる結果となる可能性がございますことをご承知おきください。