



2022年5月13日

各 位

会 社 名 林兼産業株式会社
代表者名 取締役社長 中部 哲二
(コード番号 2286 東証スタンダード市場)
問合せ先 総務部長 金子 岳夫
(TEL. 083 - 266 - 0210)

新中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、別紙のとおり「中期経営計画<挑戦>PhaseⅡ<<challenge2024>>」(2023年3月期～2024年3月期)を策定いたしましたので、お知らせいたします。

以上



中期経営計画

挑戦 Phase II 《challenge2024》

2023年3月期 — 2024年3月期

林兼産業株式会社

2022年5月13日

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

経営理念

「売り手によし、買い手によし、世間によし、三方よし」を規範とし、「安全・安心」で「良質」な製品を提供することを通じて、豊かな食文化の実現に貢献する。

経営ビジョン

1. 経営資源の選択と集中により構造改革を進め、持続的な事業発展を目指す。
2. 事業活動を通じて地域社会の持続的な発展に貢献する企業を目指す。

中期経営計画 <挑戦> Phase II <<challenge2024>>

変化を恐れぬ挑戦を継続し、経営資源の更なる選択と集中による構造改革を推し進めて収益力をより強固なものにするとともに、環境負荷の軽減(温室効果ガス排出量削減や地球温暖化対策)に努めるなど、事業活動を通じてSDGsの達成に貢献することを目指してまいります。

新中期経営計画の位置付け

NEXT STAGE

「挑戦」

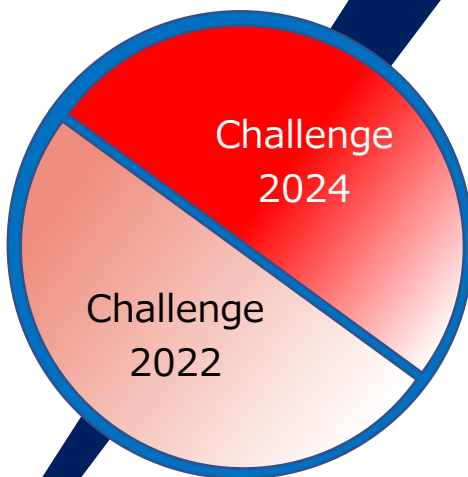
Challenge 2024

(2023年3月期～2024年3月期)

前中期経営計画

Challenge 2022

(2021年3月期～2022年3月期)



- ・企業価値の向上
- ・サステナビリティ経営の実践
- ・高品質で魅力的な商品づくり
- ・収益力の強化
- ・従業員教育の充実
- ・働きがいのある職場

第一次経営計画
(2013年3月期～2014年3月期)
「構造改革」

第二次経営計画
(2015年3月期～2016年3月期)
「拡大」

第三次経営計画
(2017年3月～2018年3月期)
「強化」

第四次経営計画
(2019年3月～2020年3月期)
「前進」

成果

- ・利益ベースの上昇
- ・安定配当の実施
- ・自己資本比率の向上
- ・機能食品事業の拡大
- ・輸出の拡大

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

前中期経営計画の総括

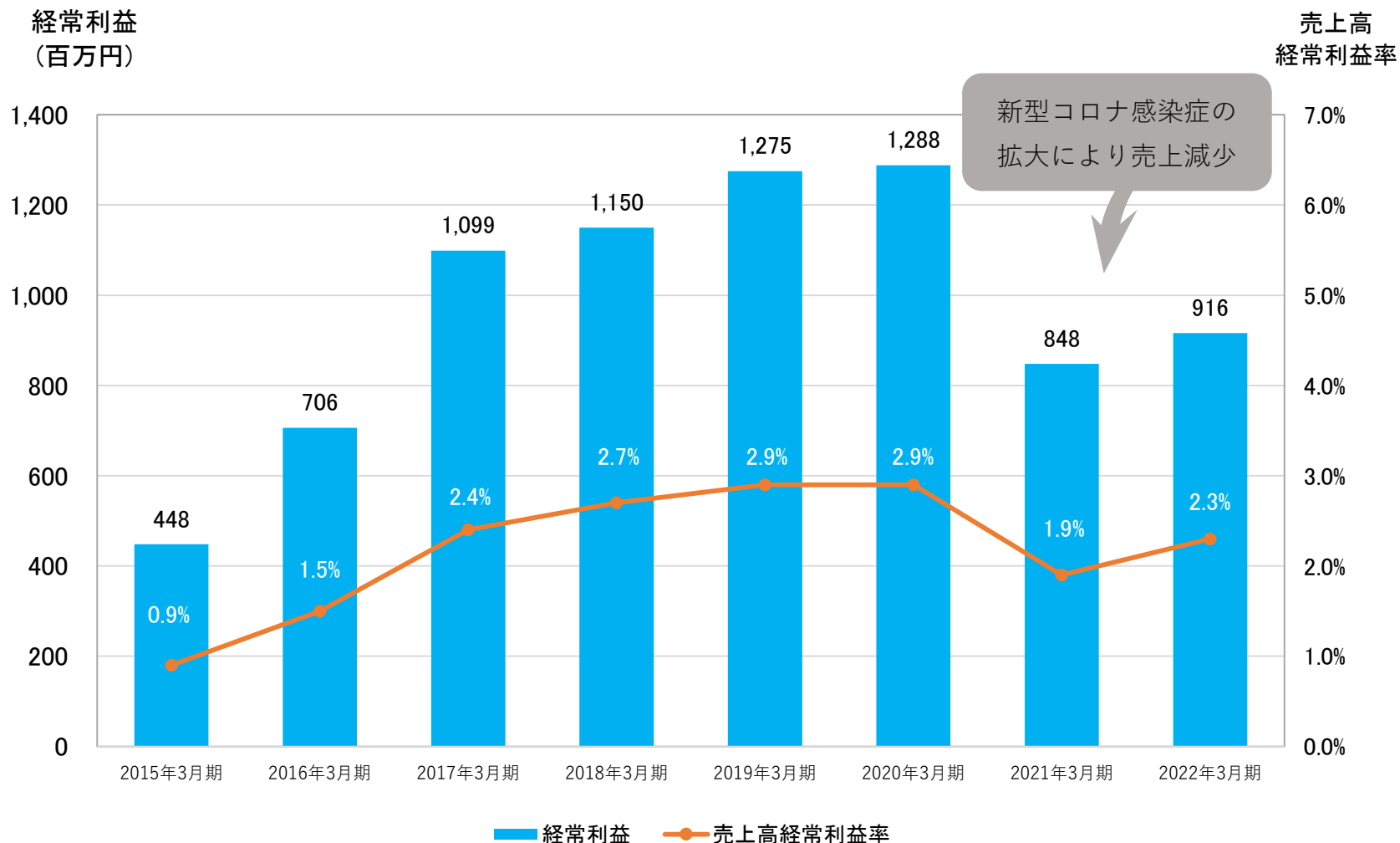
前中期経営計画<<challenge2022>>では、将来を見据えた磐石な事業基盤の確立を目指して事業再編など構造改革を推し進め、指標とした自己資本比率30%以上、ネットD/Eレシオ1.0以下を達成しました。しかしながら、長引く新型コロナウイルス感染症拡大の影響から外食需要が低迷するなど、計画2年目においては売上高・経常利益ともに当初計画値を下回る結果となりました。

(単位:百万円)

		第三次計画		第四次計画		challenge2022	
		2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
売上高	当初計画	48,500	49,500	46,300	48,000	45,000	46,000
	実績	45,235	43,274	44,401	45,175	44,366	40,389
経常利益	当初計画	740	900	830	1,130	750	1,100
	実績	1,099	1,150	1,275	1,288	848	916
売上高経常利益率		2.4%	2.7%	2.9%	2.9%	1.9%	2.3%
自己資本比率		22.4%	23.6%	25.9%	26.2%	32.5%	36.9%

※2022年3月期の実績は「収益認識に関する会計基準」を適用後の金額を記載しています

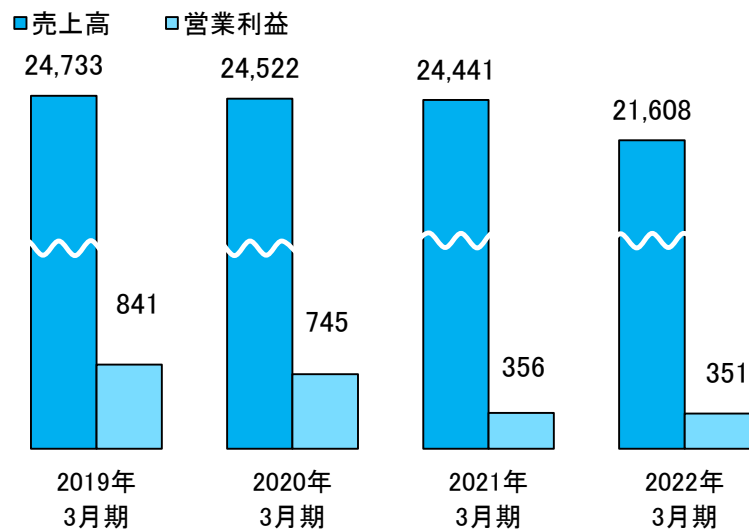
前中期経営計画の総括



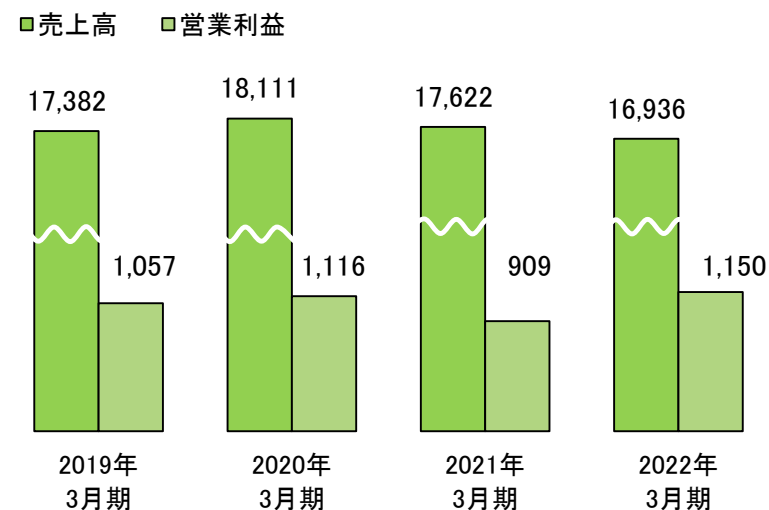
前中期経営計画の総括

セグメント別売上高、営業利益実績

食品セグメント



飼料セグメント

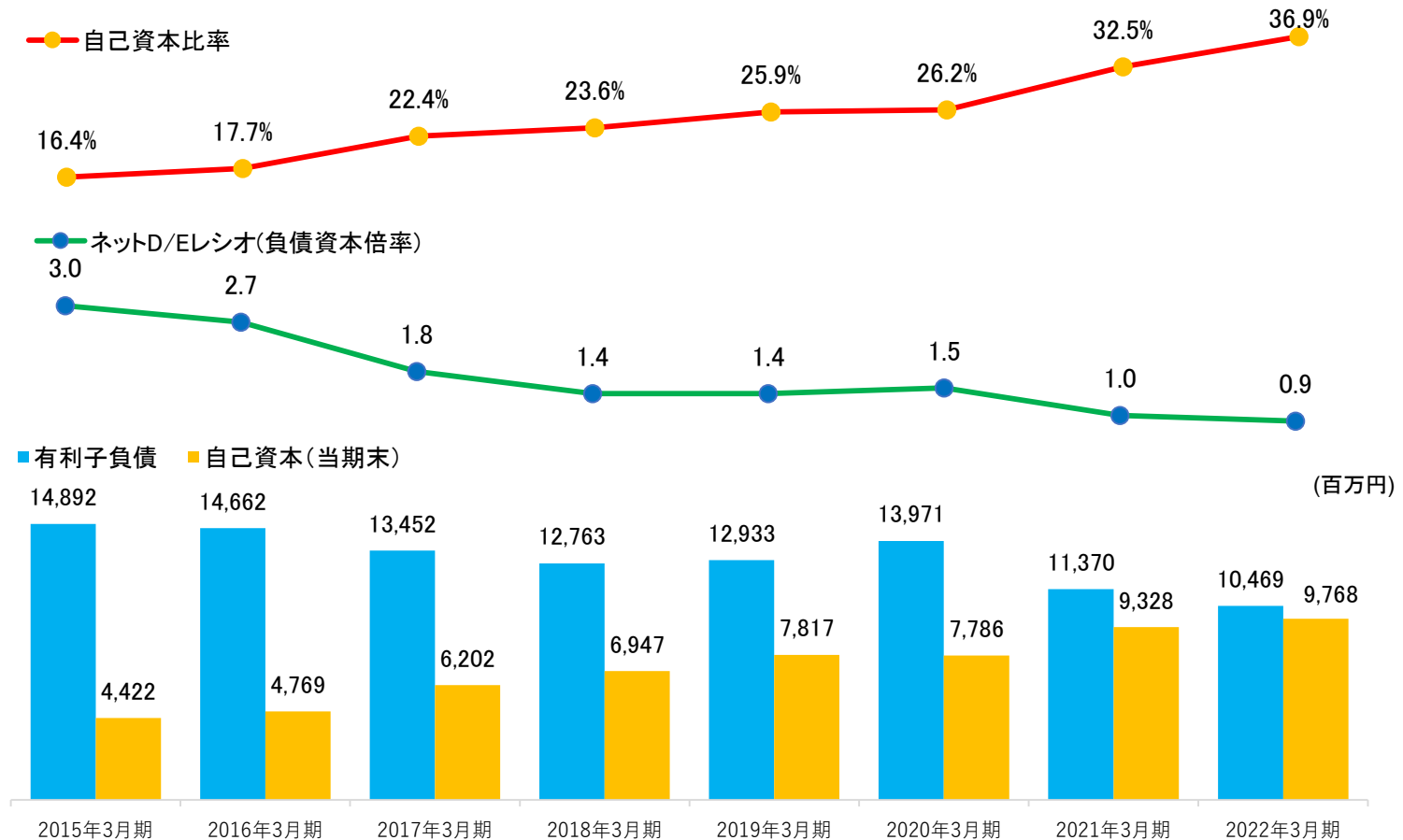


※ 2022年3月期より報告セグメントの変更を行っており、水産・機能食品事業と畜産食品事業を合計して「食品セグメント」として表示しています

※ 2022年3月期実績は「収益認識に関する会計基準」を適用した後の金額となっています

前中期経営計画の総括

財務体質の改善が進む



前中期経営計画の総括

食品セグメント

水産加工食品

機能食品

施策

実施状況

■ 家庭用加工食品の強化



- ・中国等への輸出拡大施策は新型コロナ拡大による移動制限もあり計画未達
- ・ソーセージ生産設備の戦略的な更新を検討

■ 業務用加工食品の強化



- ・介護食の新商品として個食タイプの「やわらかマルシェシリーズ」を発売開始。
- ・和菓子の新製品を上市、新規顧客との取引も始まり、売上伸長

■ 機能性素材の拡大



- ・「エラスチン」は血管の機能性表示の取得が完了し、販売拡大に貢献
- ・「アスコフィラン」は感染症対策素材として引き合いが増加
- ・食品安全マネジメントシステム「FSSC2200」の認証取得を完了

前中期経営計画の総括

食品セグメント

畜産加工食品

食肉

施策

実施状況

■ 食肉供給体制の最適化



- ・適正供給に向けた「霧島黒豚」生産体制を構築中
- ・国産豚の仕入れ条件見直し実施

■ 食肉・加工品販売の強化と一体化



- ・大手量販企業向けの食肉総菜、アウトパック、PB製品の販売拡大
- ・リージョナル企業において国産牛、国産豚、特定加熱製品のシェア向上

■ 生産体制再編による効率化



- ・下関工場、都城工場、林兼フーズの3工場で生産品目を再編。生産移管作業を継続実施
- ・都城工場において食肉加工エリアの全面改装による機能拡充およびロースト製品の生産能力増強

前中期経営計画の総括

飼料セグメント

養魚用飼料

畜産用飼料

施策

実施状況

■ 養魚用飼料の差別化販売



- ・大手ブリ養殖業者と連携して肉質改善に効果のある飼料を開発し、販売
- ・養殖マグロ斃死の原因を理論的に解明し、対応する配合飼料の販売を拡大
- ・マグロ用の販売数量は大幅に伸長
- ・2年間で海外輸出を倍増

■ 高品質畜産生産物に特化した畜産飼料の販売



- ・「霧島黒豚」のコストダウン、肉質改善に有効な飼料の開発に向け取り組み中

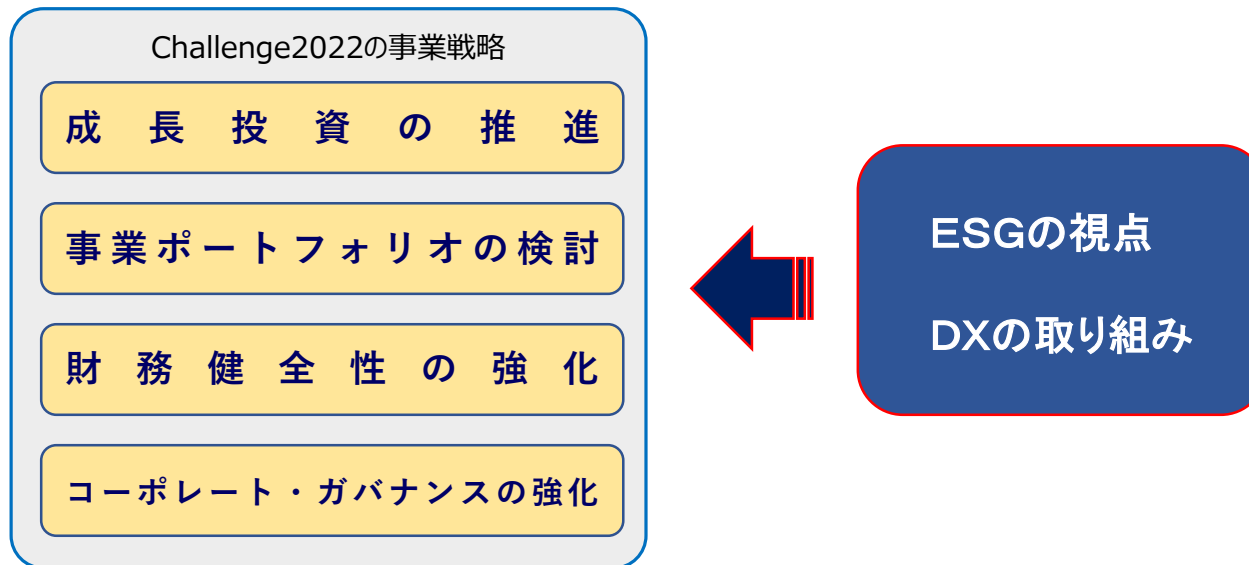
経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

基本方針

持続的発展を支える事業基盤と収益体制の構築



新中期経営計画では、これまで取り組んできた事業戦略をベースに、ESGの視点を取り入れることにより、地域社会とともに持続的に発展・成長する会社を目指してまいります。
また、DXへの取り組みを加速して業務プロセス・企業風土・ビジネスモデルの変革に発展させることで全社的な効率化を実現し、収益力の向上につなげることを目指してまいります。

事業戦略

成長投資の推進

- ◆ 成長事業の規模拡大に向けた集中投資
- ◆ 環境投資による持続的な発展
- ◆ 収益力向上につながるDX推進

事業ポートフォリオ

- ◆ 経営資源を食品事業と飼料事業に集中
- ◆ 成長分野への積極的な経営資源投入
- ◆ グループ会社間での人財交流

財務健全性








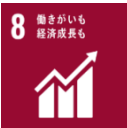

- ◆ 有利子負債の削減
- ◆ 適正在庫水準の明確化と在庫圧縮
- ◆ 指標の目標値 : ネットD/Eレシオ 0.8以下

コーポレート・ガバナンス

- ◆ 取締役会機能の実効性強化
- ◆ グループ経営を強化
- ◆ 人事制度の改定や従業員教育の充実による人財の活性化

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

サステナビリティ経営の取組み

	事業活動	取組み内容	関連するSDGs
環境	省エネルギー	再生可能エネルギー導入、生産設備等の省エネ化	
	廃棄物削減	廃棄物を出さない計画的な生産	  
	リサイクル	食品残渣のリサイクル	
	食品ロス削減	規格外製品などをNGO団体や施設に寄贈	
	海洋環境保全	ツナフードなど環境配慮型の飼料を開発・販売	  
	水産資源保全	低魚粉飼料の研究開発	
健康	働き方改革、労働環境整備	女性の活躍推進、従業員教育の充実	  
	健康管理	長時間労働のチェック・抑制、メンタルヘルス対策	
	食品安全	ISO22000やFSSC22000などの食品安全マネジメントシステム運用	 
	新素材や食品の開発	商品改良による栄養改善、未利用資源からの機能性素材開発	

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

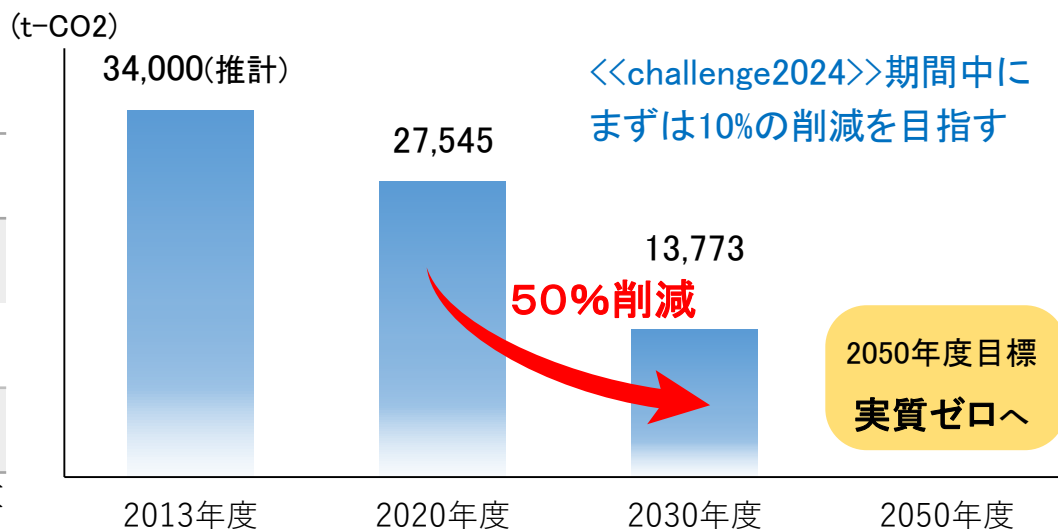
カーボンニュートラルの取組み

CO2排出量を2030年度までに50%削減(2020年度比)

2020年度CO2排出量

区分	CO2排出量(t-CO2)
当社(単体)	18,453.6
連結子会社	9,092.3
合計	27,545.9

※ Scope1とScope2の合計値

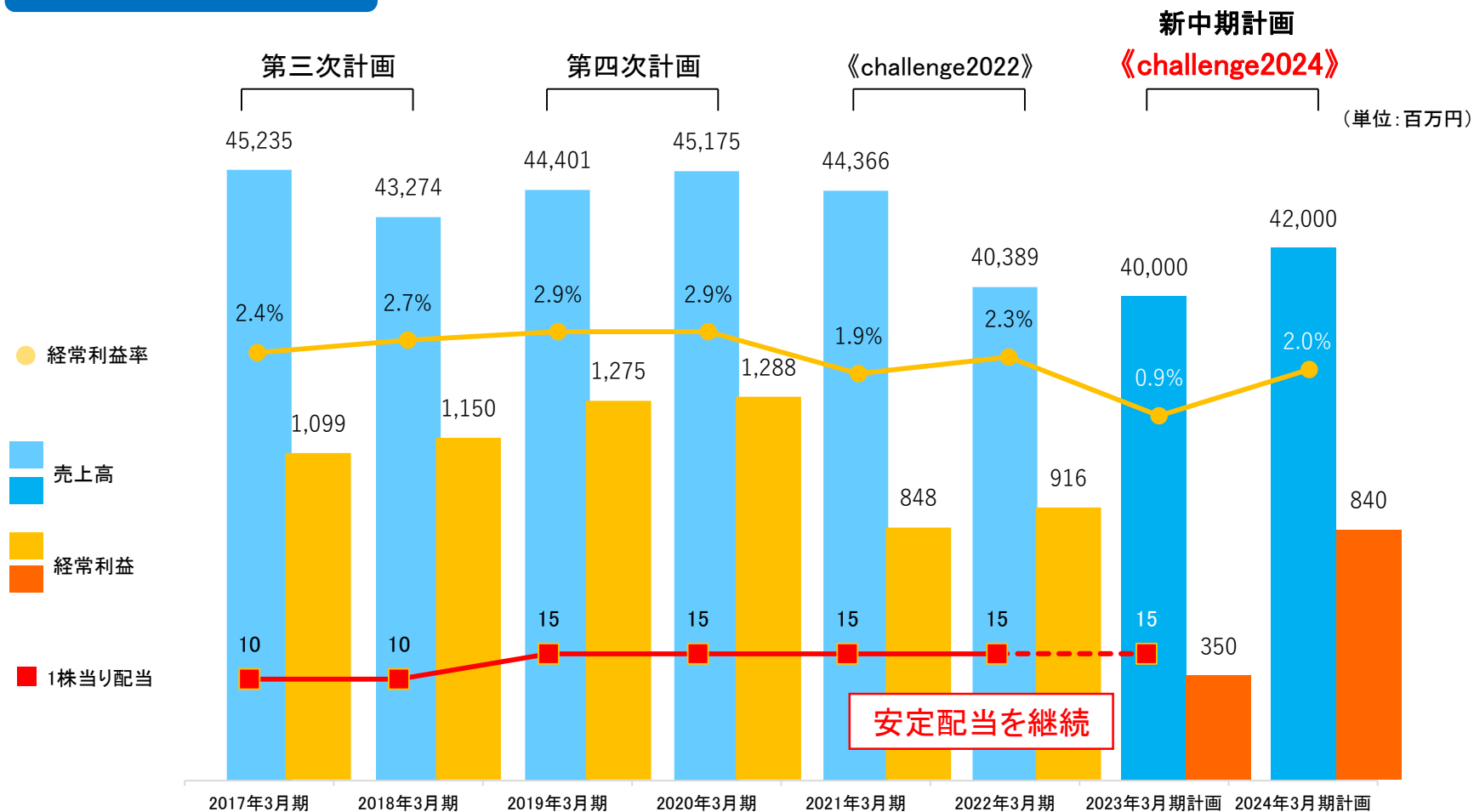


<取組み内容>

- ◆ 太陽光発電設備の導入
 - ◆ 再生可能電力の調達
 - ◆ 省エネ効率の高い機器への設備更新
 - ◆ LED照明への切り替え
- その他、製品サイクルの各工程におけるCO2排出量を算定・把握することにより、排出量削減に効果的な対策を適時実施

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

売上高・利益計画



※ 2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用した後の金額となっています

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

売上高・利益計画

(単位:百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 計画	2024年3月期 計画
売上高	40,389	40,000	42,000
食品事業	21,608	22,160	23,060
飼料事業	16,936	17,800	18,900
その他の事業	1,844	40	40
営業利益	728	250	740
食品事業	351	500	900
飼料事業	1,150	720	870
その他の事業	138	30	30
消去又は全社	△ 911	△ 1,000	△ 1,060
経常利益	916	350	840
親会社株主に帰属する 当期純利益	707	300	620

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

食品セグメント

<機能食品部門>

機能性素材の販売拡大

- ・「エラスチン」の米国輸出対応（FSSC認証を活用）
- ・機能性表示取得による「ヒシエキス」・「アスコフィラン」の販売拡大（国内外）
- ・機能性サプリーEC市場へのアプローチ

研究・開発の拡充

- ・新規素材の開発を継続
- ・産学共同研究によるエビデンス拡充

<加工食品部門>

販売の効率化と基盤の強化

- ・水産加工品部門の統合効果を創出（業務用の拡大）
- ・畜産加工品部門の取引先および商品の選択と集中による効率化推進
- ・伸長カテゴリー（レトルト、和菓子、食肉惣菜）販売拡大
- ・原材料高騰に対応した価格改定の実施
- ・新カテゴリー創出へ向けた新製品の開発推進

工場の効率化と生産能力拡大

- ・レトルトパウチ食品、冷凍デザート品の生産能力拡大
- ・多能工化による適正要員と機械化の推進
- ・生産ライン集約による効率化実現

新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

食品セグメント

<食肉部門>

「霧島黒豚」の販売強化

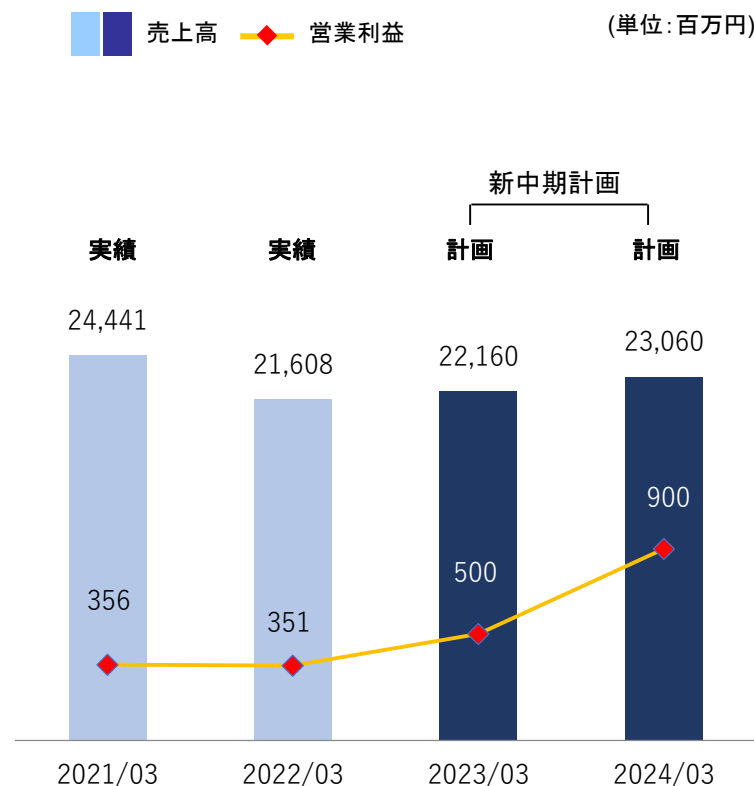
- ・ブランド戦略に基づく付加価値商品の開発
- ・EC市場や輸出など新規販売チャネルを開拓

安定取引の拡大

- ・量販店との専売品開発の取り組み
- ・食品安全に係る認証取得農場の開拓・指導

都城工場の収益力強化

- ・特定加熱製品、食肉惣菜の生産拡大
- ・副産物の付加価値化



新中期経営計画の取組み <<challenge2024>>

飼料セグメント

国内販売の拡大

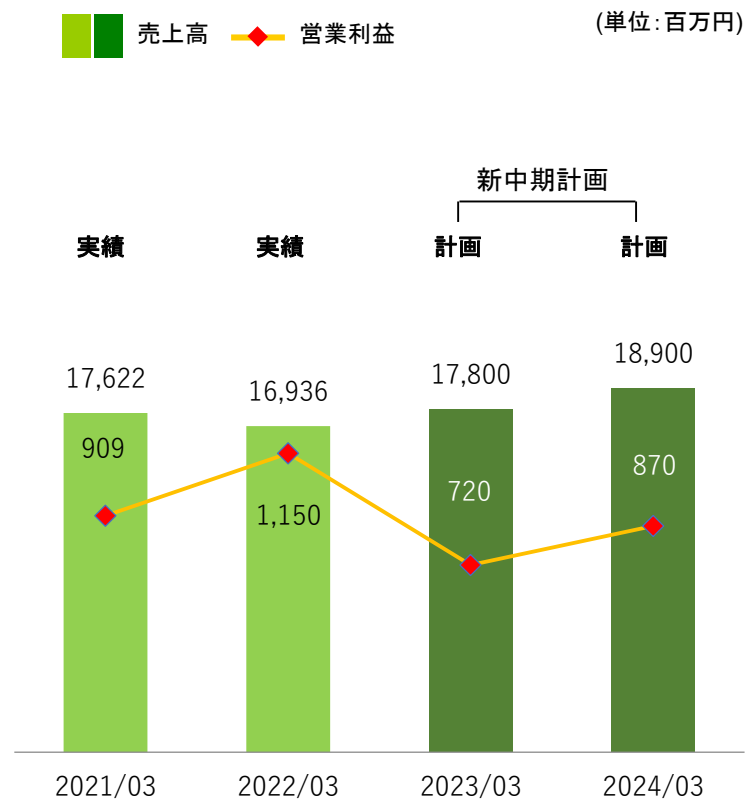
- ・大手養殖場への直販拡大
- ・低魚粉飼料の開発・販売
- ・難治性魚病の治療法開発、および栄養性疾病の対策確立

海外販売の拡大

- ・アメリカやヨーロッパへの輸出拡大

効率的な生産体制の構築

- ・工場再編による効率生産体制を検討





本資料で記述している将来予測および業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。

そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることを御承知おきください。

IRお問い合わせ先

林兼産業株式会社 総務部

TEL 083-266-0210

IRサイト <https://www.hayashikane.co.jp/ir/>