



平成 28 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 熊山 忠和
(コード番号 2286 東証第一部)
問合せ先 管理本部総務部長 小野 康之
(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「第三次中期経営計画（2017 年 3 月期～2018 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

林兼産業株式会社

第三次中期経営計画

2017年3月期～2018年3月期

2016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

第三次中期経営計画の取組み

セグメント施策

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、収益基盤の改善を図る。
2. 安定的な利益確保に向けて構造強化を図り、持続的な事業発展を目指す。



第三次中期経営計画

企業体質の強化

中期ビジョン

第一次中期経営計画
(2013年3月期～2014年3月期)

「構造改革」

・選択と集中



第二次中期経営計画
(2015年3月期～2016年3月期)

「拡大」

・売上最大
・品質最高
・経費最小



第三次中期経営計画
(2017年3月期～2018年3月期)

「強化」

・人財育成
・基盤整備

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

第三次中期経営計画の取組み

セグメント施策

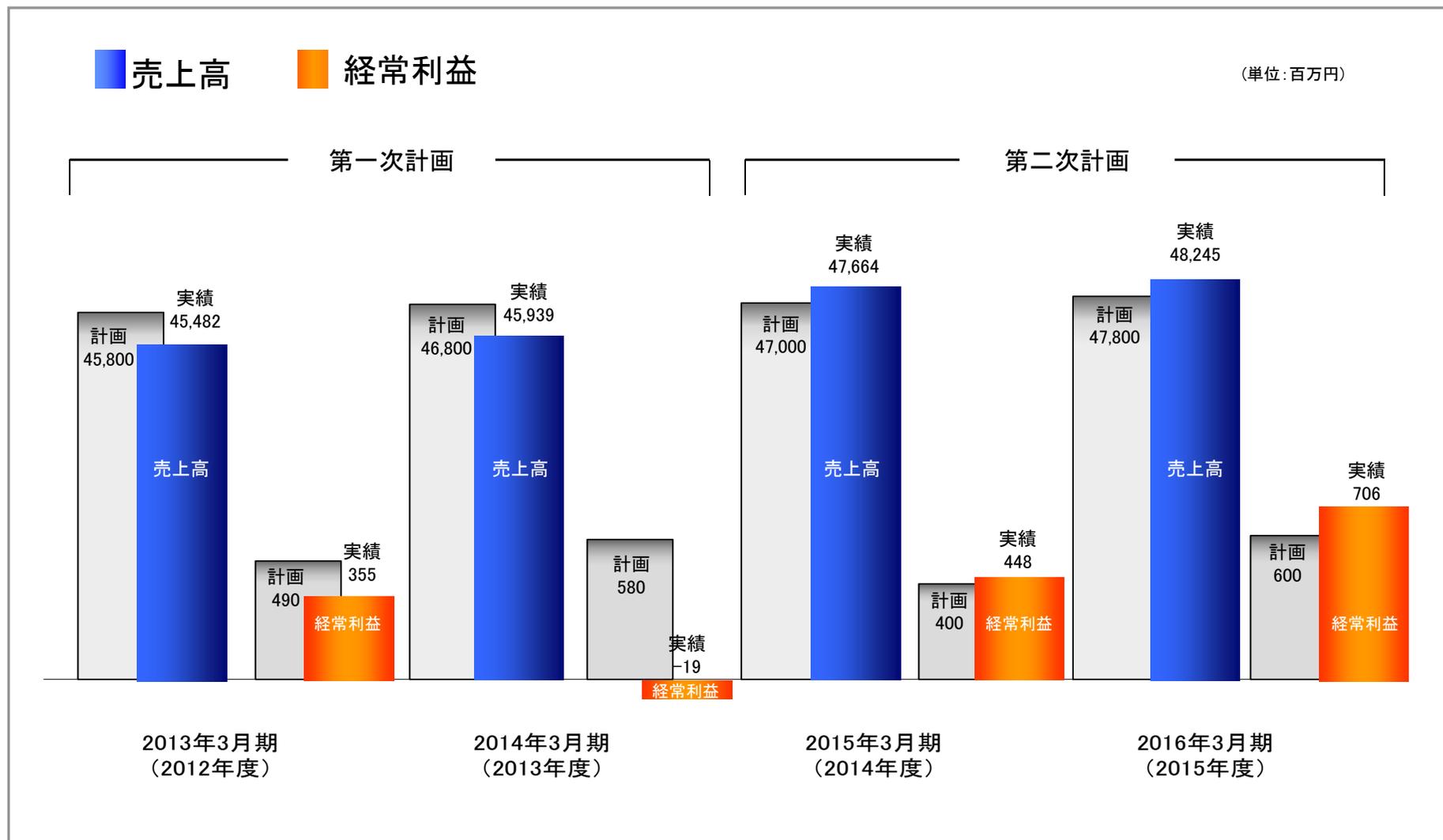
前中期経営計画の総括

「第二次中期経営計画」においては、改革の上に立った「拡大」を中期ビジョンとして掲げ、従業員一人ひとりの意識改革とそれに基づく職場風土の刷新を図り、企業体質の「改革」に努めました。その結果として、水産食品や養魚用飼料の海外輸出の拡大、畜産食品での大手食肉企業や大手流通企業との取組み等により、当初の目標を達成することができました。

次期中期経営計画では、現行方針を継続しつつ「人財育成」と「基盤整備」に取組み、企業体質の「強化」を目指して参ります。

		第一次計画		第二次計画		(単位:百万円)
		2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	
売上高	当初計画	45,800	46,800	47,000	47,800	
	実績	45,482	45,939	47,664	48,245	
経常利益	当初計画	490	580	400	600	
	実績	355	▲19	448	706	

前中期経営計画の総括



前中期経営計画の総括

水産食品事業

計画内容



実施状況

■ 魚肉ねり製品の販売拡大

- ・主力取引先との連携強化による主力品の数量拡大
- ・海外輸出、国内業務用ルート開拓継続(新規マーケットの創造)
- ・ハラルソーセージ事業の拡大
- ・ポルフ活動推進による最適生産性構築とクレーム撲滅

- ・主力OEM先への数量増加
- ・中国、台湾への輸出開始
- ・ハラルソーセージのインドネシア販売開始
- ・ポルフ活動の定着

■ 機能食品の販売拡大

- ・関西、関東地区の販売体制強化
- ・ソフミート: ソフト食講習会、調理実演会の積極開催、商品ラインナップ拡充
- ・機能性素材(エラスチン、ヒシエキスetc): エビデンス取得、強化
- ・和菓子: 高付加価値商品(嚙下用他)の開発、既存品リニューアル

- ・関西、関東に人員配置
- ・ソフミート調理実習会実施
肉、魚、野菜のソフト食を販売実施
- ・エラスチンの新エビデンス「バスト下垂抑制およびリフトアップ作用」を発表
- ・エラスチンの中国「新食品原料」登録が完了
- ・行事に応じた和菓子販売「ハレの日」企画を提案実施

前中期経営計画の総括

畜産食品事業

計画内容



実施状況

■ OEM受注数量の拡大

- ・OEM先への営業強化による数量拡大
- ・生産工程、歩留改善による原料価格高騰対策

- ・OEM受注数量増加
- ・都城工場における生産ラインの整備および食肉惣菜棟の改築実施
- ・下関第二工場量販品対応に向けての設備増強実施

■ スターゼングループとの連携強化

- ・業務提携
- ・販売拠点、販売チャネルの相互利用
- ・共同開発、製造受委託
- ・人事交流

- ・業務提携契約締結
- ・工場製造受託開始
- ・霧島黒豚販売開始
- ・スターゼングループの牛肉取り扱い開始
- ・人事交流による関係強化

■ 霧島黒豚の販売強化

- ・営業強化による数量拡大
- ・広域量販店、全国コンビニ向け黒豚PB商品の開発と参入
- ・首都圏への霧島黒豚アンテナショップ出店によるブランド強化（外食銘店・著名料理人とのコラボ企画）

- ・広域量販店、全国コンビニ向け黒豚PB商品の販売実施
- ・大手流通企業の黒豚ギフト取り扱いアイテム増加
- ・首都圏への霧島黒豚アンテナショップ出店
- ・外食銘店監修霧島黒豚ギフト販売実施

前中期経営計画の総括

飼料事業

計画内容



実施状況

■ 養魚用飼料の販売数量拡大

- ・大口ユーザーとの連携強化(ニーズへの迅速対応)
- ・差別化商材(マグロ用飼料や魚粉事情に影響されにくい新時代飼料)の開発、普及
- ・既存商流見直し、積極的市場開拓による市場占有率の拡大
- ・輸出推進(韓国、中国、オーストラリア)

- ・大口ユーザーには専任担当による連携強化を実施
- ・ブリ用、マダイ用、ウナギ用で新時代飼料シリーズの市場評価が定着
- ・大幅な既存商流見直しはできなかったが、原料購入先の開拓や新規ユーザー獲得で占有率は維持
- ・季節が逆転する南半球のオーストラリアへ輸出して、工場閑散期の稼動向上

■ 畜産物、水産物の収支改善

- (畜産物:赤鶏)
- ・大手流通、大手食品企業との取組み強化
 - ・飼育提携先の飼育成績、歩留改善などによる生産原価の低減
- (水産物:うまかぶり)
- ・平安海産の加工度UPによる採算性向上
 - ・養殖提携先の飼育成績、歩留改善などによる生産原価の低減

- (畜産物)
- ・赤鶏販売を畜産食品事業部に移管して、販売チャネルを拡大
 - ・飼育提携先に駐在員を配置して飼育成績の検証
- (水産物)
- ・平安海産の商品を中元・歳暮ギフト販売に採用
 - ・養魚用飼料販売と魚類診療所の連携で養殖提携先の育成改善をサポート

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

第三次中期経営計画の取組み

セグメント施策

第三次中期経営計画の取組み

基本方針

「人財育成」 ～課題解決による能力向上～

業務の質を見直してふるい分けを行い、重要で早期解決が求められる業務に全力投球できる体制を整えます。新人事評価制度の構築やOJT、QC活動等、あらゆる手段を活用して個々の能力開発や技術レベルの向上を図って参ります。

「基盤整備」 ～売上最大・経費最小・品質最高の強化～

各所の業務を厳しく点検し、重要度選別を行うとともに、スクラップを含め、限られた資源を重要度の高いものに集中配分していきます。また、今後拡大すべき部門については組織強化を行い、将来に向けた体制整備に努めます。



企業体質の強化

外部環境の変化に柔軟に対応し得る「ぶれない事業」を構築し、早期復配を目指して参ります。

第三次中期経営計画の取組み

売上最大

～売上拡大戦略～

- ・大阪支社開設
- ・霧島黒豚の販売強化
- ・養魚用飼料の販売強化
- ・新規商品戦略の推進
- ・海外取引の拡大

経費最小

～ゼロベース思考による業務の見直し～

- ・生産の効率化
- ・要員体制の見直し
- ・在庫圧縮
- ・時間最短
- ・間接部門のスリム化

第三次中期経営計画の取組み

品質最高

～高品質を追求した製品づくり～

- ・徹底した衛生管理と品質チェック
- ・クレーム・ミスの撲滅
- ・フードディフェンス強化による安全対策
- ・ポルフ活動の推進

※「ポルフ=PPORF」
(Practical Program of Revolutions Factories)とは、
“工場革新のための実践的プログラム”のことで
製造体質を抜本的に革新する具体的な進め方と
やさしい改善手法のこと

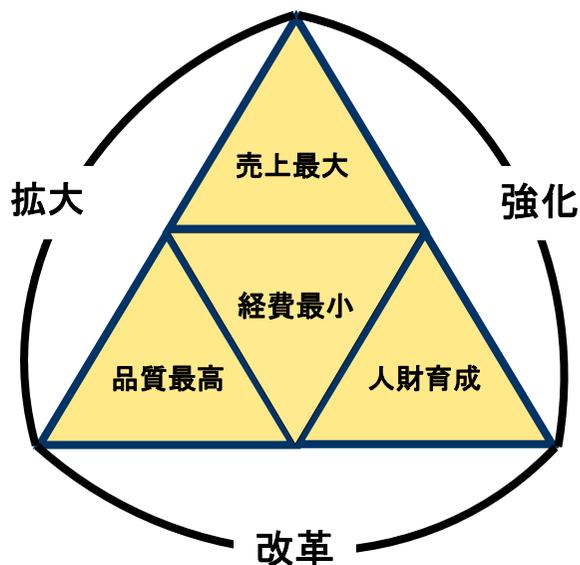
人財育成

～課題解決による能力向上～

- ・業務たな卸の実施
- ・業務削減の実施
- ・現場現物での実践教育
- ・個々の能力開発
- ・技術レベルの向上
- ・新人事評価制度の構築

第三次中期経営計画の取組み

事業戦略



水産食品事業は魚肉ねり製品の輸出強化と機能食品の業容拡大を目指す。

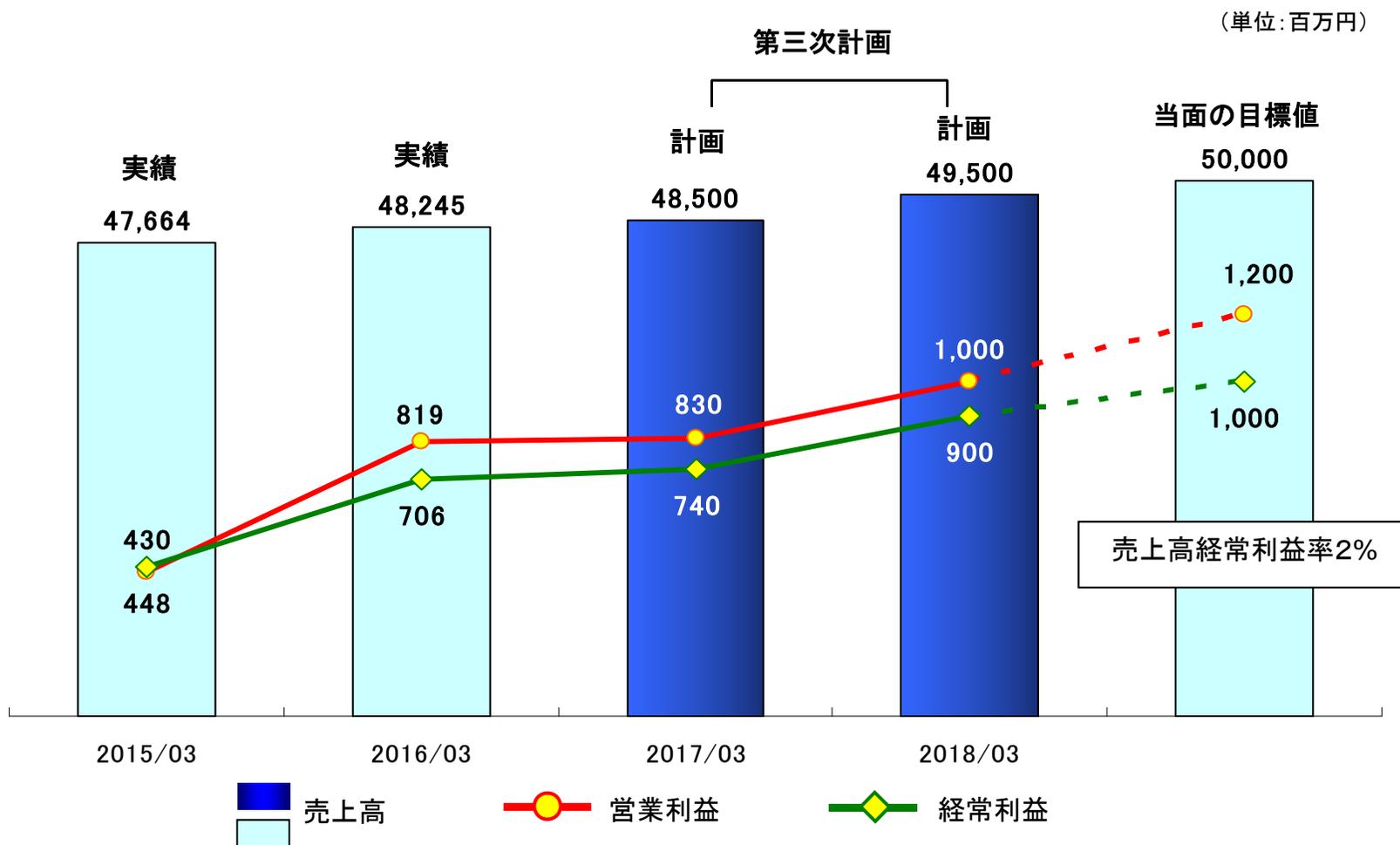
畜産食品事業は当社グループの特性を生かした付加価値商品の拡販と霧島黒豚のブランド強化を目指す。

飼料事業は養魚用飼料の販売強化と水産物の収支改善を目指す。

大阪支社の開設により関西、東海、北陸への販売力の強化拡大を目指す。

第三次中期経営計画の取組み

売上高・利益計画



第三次中期経営計画の取組み

売上高・利益計画

(単位:百万円)

	2016年3月期実績	2017年3月期計画	2018年3月期計画
売上高	48,245	48,500	49,500
水産食品事業	3,868	4,400	5,000
畜産食品事業	21,199	20,600	21,200
飼料事業	21,011	21,500	21,300
その他の事業	2,166	2,000	2,000
営業利益	819	830	1,000
水産食品事業	▲83	70	220
畜産食品事業	739	700	720
飼料事業	952	950	970
その他の事業	223	120	120
消去又は全社	▲1,011	▲1,010	▲1,030
経常利益	706	740	900
親会社株主に帰属する 当期純利益	384	600	650

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

第三次中期経営計画の取組み

セグメント施策

セグメント施策

水産食品事業

重点施策

魚肉ねり製品の販売拡大

機能食品の販売拡大

収益数値

(単位:百万円)

売上高 営業利益



セグメント計画

(単位:百万円)

	2017年3月期	2018年3月期	当面の目標値
売上高	4,400	5,000	5,000
営業利益	70	220	250

水産食品事業

アクションプラン

魚肉ねり製品の販売拡大

- ・既存主力商品の販売拡大
- ・商品設計や生産工程の見直しによる生産性の改善
- ・海外輸出(中国、台湾、香港)の取組み強化
- ・新規市場の創出を視野とした新製品開発の促進
- ・ハラルソーセージの販売強化
- ・ポルフ活動推進による最適生産性追求と品質向上

機能食品の販売拡大

- ・機能性表示食品対応素材(エラスチン等)としての新エビデンス取得と販路開拓
- ・下関、大阪、東京の営業3拠点からの市場アプローチによる業容拡大
- ・大手受託給食での採用実績の拡大

セグメント施策

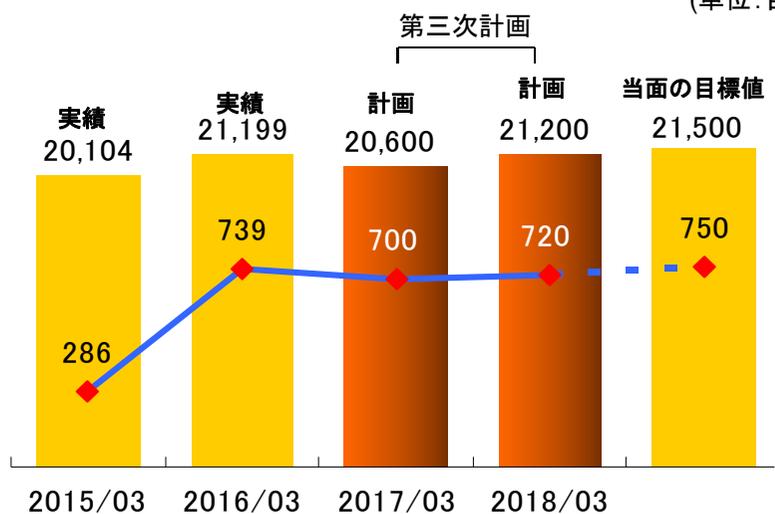
畜産食品事業

重点施策

大阪支社開設による販売拡大
 スターゼングループとの連携強化
 霧島黒豚の販売強化

収益数値

(単位:百万円)



セグメント計画

(単位:百万円)

	2017年3月期	2018年3月期	当面の目標値
売上高	20,600	21,200	21,500
営業利益	700	720	750

畜産食品事業

アクションプラン

大阪支社開設による販売拡大

- ・人員増強による活動強化、事務所移転による営業効率化
- ・関西、東海、北陸への販売活動の強化
- ・既存製品拡販と新製品投入
- ・林兼産業グループの特性を生かした付加価値商品の拡販

スターゼングループとの連携強化

- ・協働販売の強化と新規取引開拓
- ・新規アイテムの共同開発
- ・スターゼングループからの原料肉仕入拡大

霧島黒豚の販売強化

- ・ブランド販売力の強化
- ・大手流通企業、広域量販店、全国コンビニ向け黒豚PB商品の開発
- ・中元、歳暮、通販でのギフト販売拡大

セグメント施策

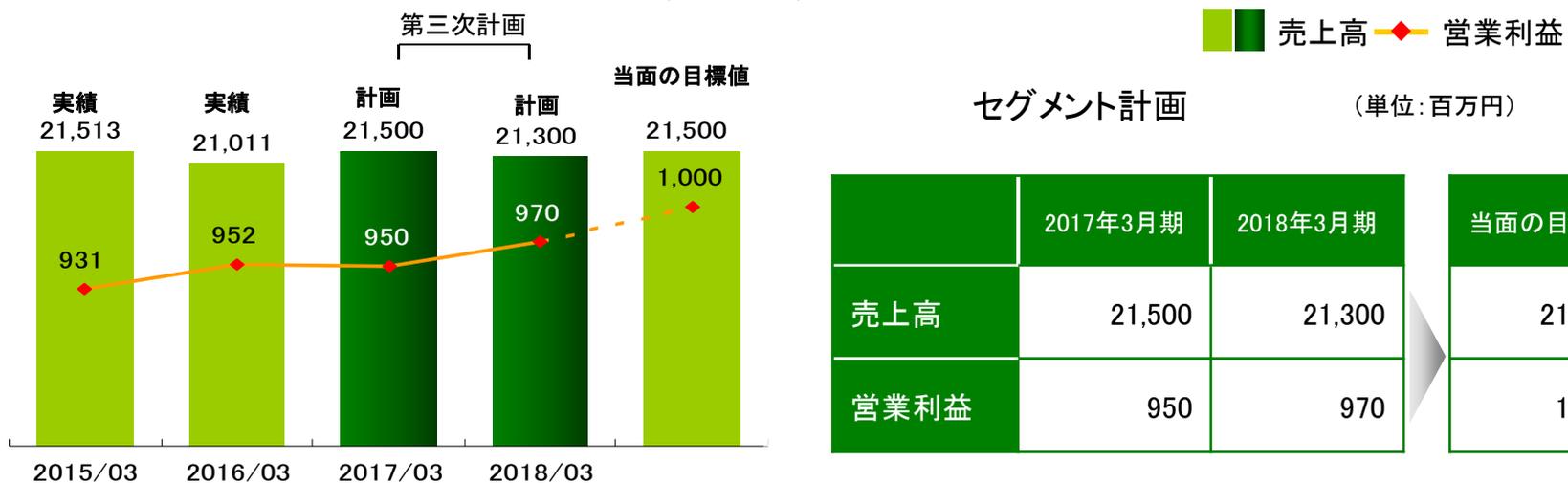
飼料事業

重点施策

養魚用飼料の販売強化 水産物の収支改善

収益数値

(単位:百万円)



セグメント計画

(単位:百万円)

	2017年3月期	2018年3月期	当面の目標値
売上高	21,500	21,300	21,500
営業利益	950	970	1,000

飼料事業

アクションプラン

養魚用飼料の販売強化

- ・海外市場(中国、韓国、オーストラリア等)のニーズに沿った新商品開発
- ・既存輸出の定着と新規輸出先の開拓
- ・魚類診療所の技術力を活用した抗病性飼料の開発と商品化
- ・魚粉事情に影響されにくい新時代飼料の更なる普及と開発
- ・既存商流見直し、積極的拡販活動による市場占有率の拡大
- ・原料調達範囲の拡大(取引先の開拓強化)
- ・マグロ用飼料ツナフード販売の市場開拓と更なる性能向上

水産物の収支改善

- ・平安海産のブランド魚「うまかぶり」の加工度UPと販路開拓
- ・ぶりと鰻の育成改善による生産原価低減と品質向上

 林兼産業株式会社

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下さい。

IRお問い合わせ先

林兼産業株式会社 管理本部総務部

TEL 083-266-0210

IRサイト <http://www.hayashikane.co.jp/ir/index.html>