



2024年5月15日

各 位

会 社 名 林兼産業株式会社  
代表者名 代表取締役社長 中部 哲二  
(コード番号 2286 東証スタンダード市場)  
問合せ先 経営管理本部  
総務部長 目 守正  
(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『Challenge2026』」(2025年3月期～2026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

『Challenge 2026』

2025年3月期～2026年3月期

林兼産業株式会社

2024年5月15日

パーパス・コーポレートスローガン

前中期経営計画の総括

新中期経営計画の取組み

# パーパス・コーポレートスローガン

## パーパス（存在意義）

「食」は、かけがえのない「生きる力」です。

私たちがその想いを強く抱くのは、戦後の食糧難の時代、常温で長期保存できる魚肉ソーセージを開発し、困窮する人々の「食」を提供し、「生きる力」を支えてきた経験があるからです。

以来、食全般から「生きる力」を支えるメーカーとして歩み続け、今では飼料製造から食品製造までの事業を手がけています。

時代は流れ、求められる「生きる力」の意味は変化し、大きく広がっています。

「生きる力」とは、豊かな食文化をおいしく味わうよろこび。私たちは、栄養価の高い飼料を開発し、大自然で育てた水産・畜産物を世界の食卓に届けることで、日本の誇る食文化を提供しています。

「生きる力」とは、健康に美しく過ごす日常。私たちは、自然の恵みを活かし、新たな機能食品を生み出すことで、心にも栄養と潤いを与え、健やかな将来に欠かせない食を作り出しています。

2050年には、世界的人口増による資源の枯渇により、食糧危機が危惧されています。また国内に目を向けると直ぐそこに人生100年時代が訪れようとしています。健康で幸せに生きること、そんな当たり前の日常を維持することが難しくなろうとしているのです。

どんな時代が来ようとも、食の幅広いサプライチェーンを持つ林兼産業は、「食」の研究・開発・供給によって「生きる力」の源である食の可能性を広げ、人々に健康と幸せを提供し続けることができます。

『日本から世界へと「食」を通じてすべての人が幸せに生きられる社会をつくる。』  
それが、林兼産業の使命であり、私たち自身の幸せでありたいと願っています。

## コーポレートスローガン

「生きる力」を生み出す食糧品メーカーである林兼産業は  
食の可能性をひろげる商品を生み出すことで  
誰もが幸せに生きられる未来をつくるために活動します。

おいしさを、生きるちからに。



パーパス・コーポレートスローガン

前中期経営計画の総括

新中期経営計画の取組み

# 前中期経営計画 <challenge2024> の総括

## 経営成績

(単位：百万円)

		challenge2022		challenge2024	
		2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
売上高	当初計画	45,000	46,000	40,000	42,000
	実績	44,366	40,389	42,544	47,376
経常利益	当初計画	750	1,100	350	840
	実績	848	916	473	913
売上高経常利益率		1.9%	2.3%	1.1%	1.9%
自己資本比率		32.5%	36.9%	37.1%	38.2%

前中期経営計画<challenge2024>では、これまで取り組んできた事業戦略をベースに、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した。そして業務プロセス・企業風土・ビジネスモデルを見直し、全社的な効率化や収益力の向上に取り組んだ結果、売上高・経常利益ともに当初計画値を上回り、計画2年目では指標としたネットD/Eレシオ0.80以下を達成しました。

※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

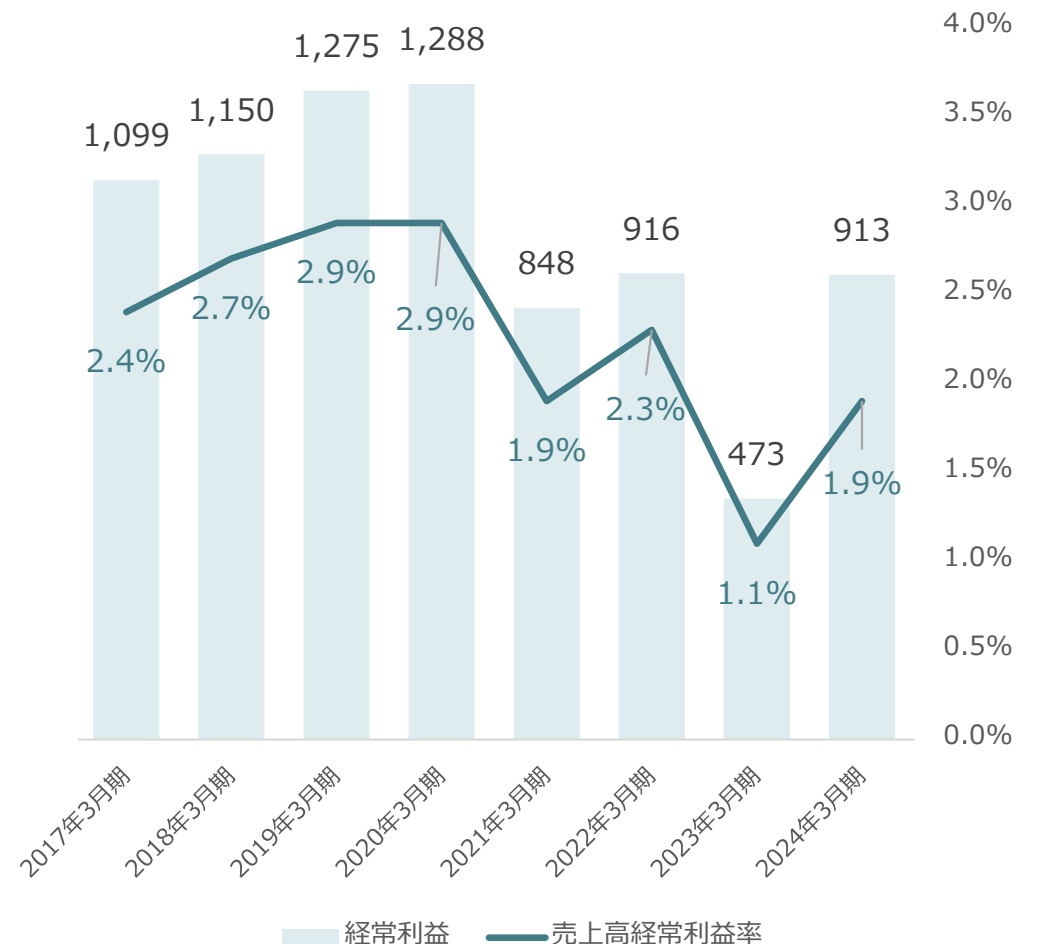
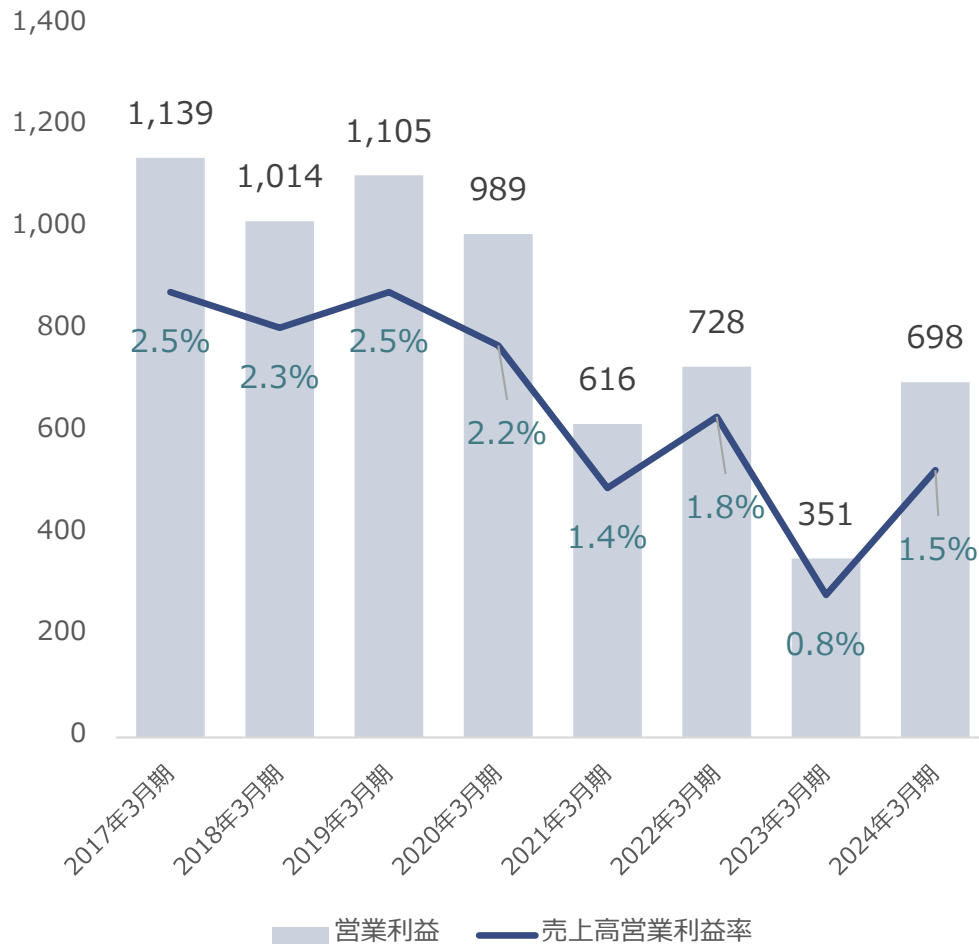
# 前中期経営計画 <challenge2024> の総括

## 経営成績推移

【営業利益】

【経常利益】

(単位：百万円)





# 前中期経営計画 <challenge2024> の総括

## セグメント別 売上高・営業利益実績

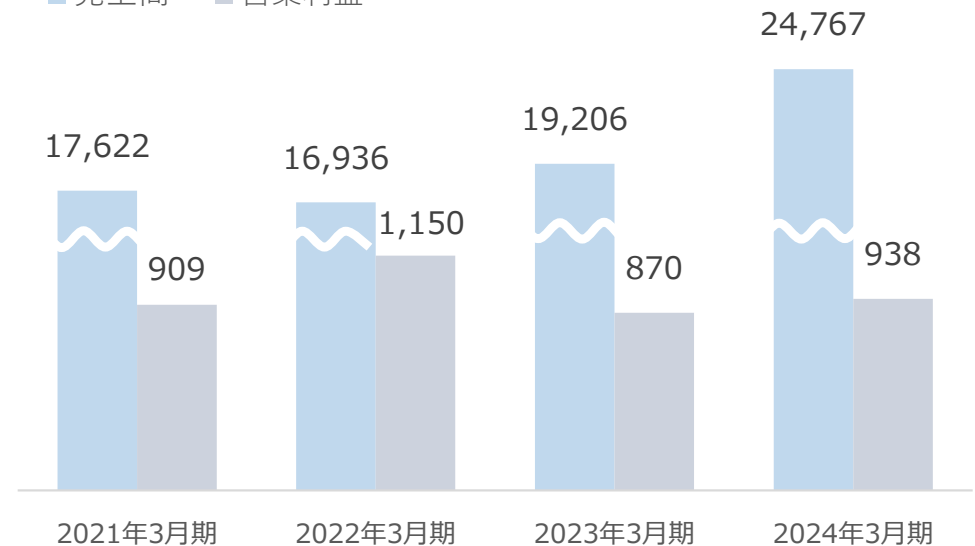
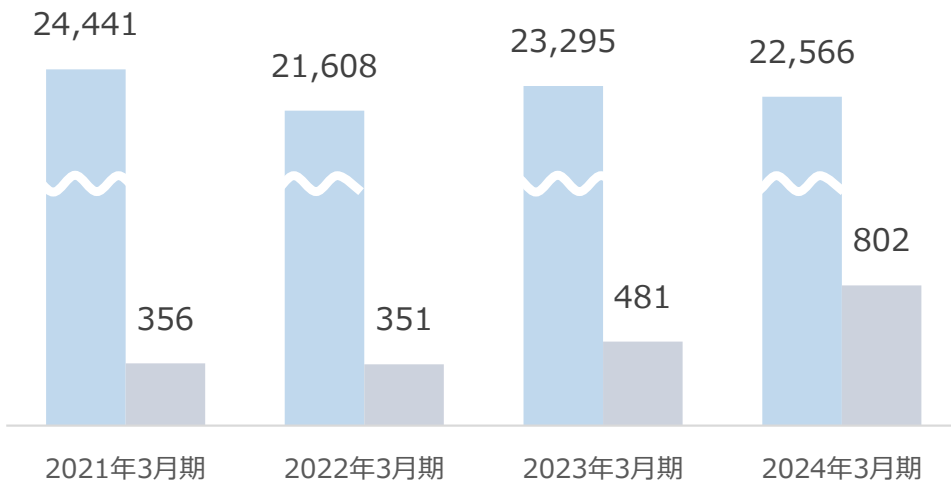
### 食品セグメント

### 飼料セグメント

(単位：百万円)

■ 売上高 ■ 営業利益

■ 売上高 ■ 営業利益

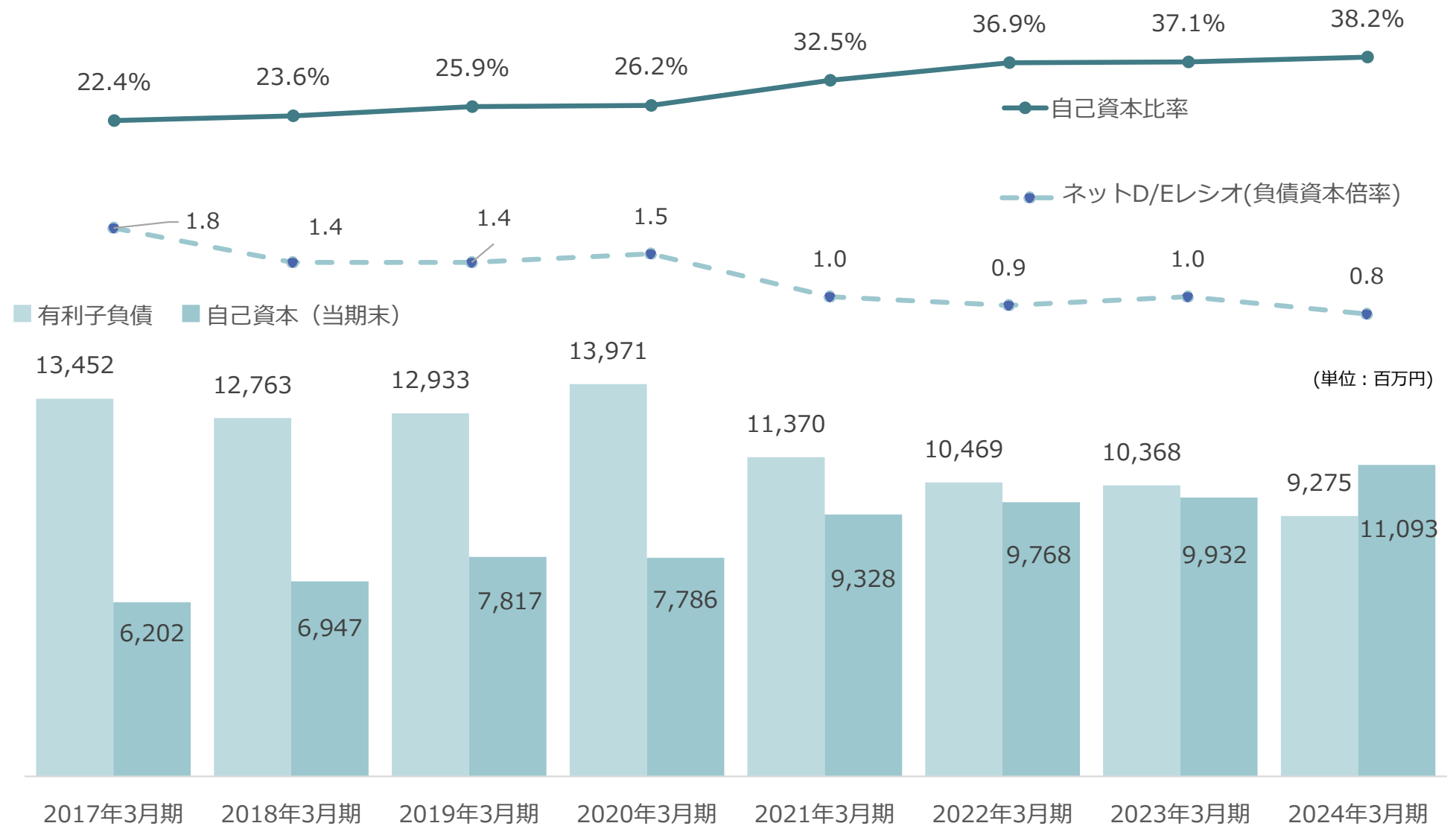


※ 2022年3月期以降の実績は「収益認識に関する会計基準」を適用した後の金額となっています

※ 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

# 前中期経営計画 <challenge2024> の総括

## 財務体質の改善状況



# 前中期経営計画 <challenge2024> の総括

## 食品セグメント

## 機能食品

施策：

### 機能性素材の販売拡大

エラスチンの米国輸出対応

FSSC認証を活用し、米国向けに輸出実施  
FDA-GRAS認証取得に取り組む中

機能性表示取得による販売拡大

ヒシエキスの機能性表示については取得に向け取り組み中  
エラスチンについては、機能性表示食品で販売数量拡大

機能性サブリ市場へのアプローチ

サブリ市場への参入に至らず課題を残す  
2024年度より自社ブランドサブリを販売開始し、販売拡大に努める

施策：

### 研究/開発の拡充

素材開発の検討

機能性新素材の開発継続

新規エビデンスの獲得、機能性表示取得

産学共同研究によるエビデンスの拡充

食品セグメント

加工食品

施策：

販売の効率化と基盤の強化

取引先および商品の  
選択と集中による効率化推進

目標とする収益体制の健全化ま  
では至らず課題を残す  
戦略を見直し構造改革に取り組む

原材料高騰に対応した価格改定  
実施

価格改定を実施、引き続き主副  
原料・輸送費等の状況を鑑み随  
時実施

伸長カテゴリーの販売拡大（レ  
トルトパウチ食品・和菓子・食  
肉総菜）

レトルトパウチ食品は数量拡大  
価格改定による収支改善を図る  
和菓子は米国への輸出を開始  
アジア地域への展開を取組み中

新カテゴリー創出へ向けた新製  
品の開発推進

豆乳/大豆たんぱくを原料とした  
ソーセージを製品化、2023年8  
月から生産開始

施策：

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  
ト食品の生産能力拡大

レトルトパウチ食品は生産数量  
増、冷凍デザート食品は生産性  
を考慮し関係会社へ生産移管

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

生産性向上に資する設備の導入  
を計画、2024年度に実施し効  
率化を目指す  
品質向上に向けた取組みを継続  
する

# 前中期経営計画 <challenge2024> の総括

## 食品セグメント

## 食肉

施策：

### 「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

- ・霧島黒豚ブランド価値の言語化
- ・プロモーションサイト整備
- ・ふるさと納税返礼品導入強化

市場における認知度を高めることに課題を残す。2024年度よりマーケティング機能を強化し認知度を高める具体的な取組みを行なう

E C市場や輸出などの新規販売チャネルを開拓

E C販売は2023年3月よりオンラインショップ販売開始（2024年4月リニューアル）今後、加熱食肉製品等の輸出に取組む

施策：

### 安定取引の拡大

量販店との専売品開発の取組み

特定の大手量販店と、霧島黒豚や牛肉等の商材を開発し、今後の拡大基盤構築ができた

食品安全に係る認証取得農場の開拓/指導

キリシマドリームファームが2023年6月にSQF認証  
※SQF(SAFE QUALITY FOOD)  
国際的な食品安全マネジメントシステム

施策：

### 都城工場の収益力強化

特定加熱食肉製品（ローストビーフ等）、食肉総菜の生産拡大

特定加熱食肉製品は前年対比で大きく伸長、食肉総菜は数量から利益重視へ移行のため、アイテム集約中

副産物の付加価値化

副産物である脂肪・内臓等の販売が順調に進捗  
工場の収益向上に貢献

# 前中期経営計画 <challenge2024> の総括

## 飼料セグメント

## 配合飼料・水産物

### 施策： 国内販売の拡大

大手養殖場への直販拡大

育成用飼料の品質改善、仕上げ用飼料の定着化により直販拡大  
(前年比125%)

低魚粉飼料の開発・販売

嗜好性、消化性の良い魚粉選定で低魚粉化、また酵母や大豆粕でタンパク代替可能となりうる試験結果を得る  
おいしい魚を持続的に生産できる飼料の開発を更にすすめる

難治性魚病の疾病対策法開発、および栄養性疾病の対策確立

(マダイ) 特許出願中  
(フグ) 特許出願中  
(ブリ類) 大手養殖場等と共同開発(水産薬承認)  
養殖業界に貢献

SDGsの取組み

(有)平安海産  
水産庁の補助事業を活用し、自社で発生するブリ加工残渣を活用して、2024年1月よりあら粕吸着飼料の製造を開始

マリン・エコラベル・ジャパン  
MEL認証取得

### 施策： 海外販売の拡大

アメリカやヨーロッパへの輸出拡大

アメリカやヨーロッパ向け停滞も、中国向けが伸長し海外全体では販売拡大  
(前年比148%)

### 施策： 効率的な生産体制の構築

工場再編による効率性生産体制を検討

関係会社を活用した取組みを継続中  
設備増設により、効率的な生産体制の構築を行なう

パーパス・コーポレートスローガン

前中期経営計画の総括

新中期経営計画の取組み

新中期経営計画の位置付け

# Challenge 2026 Hayashikaneだからできる『生きる力』のジャンルトップ

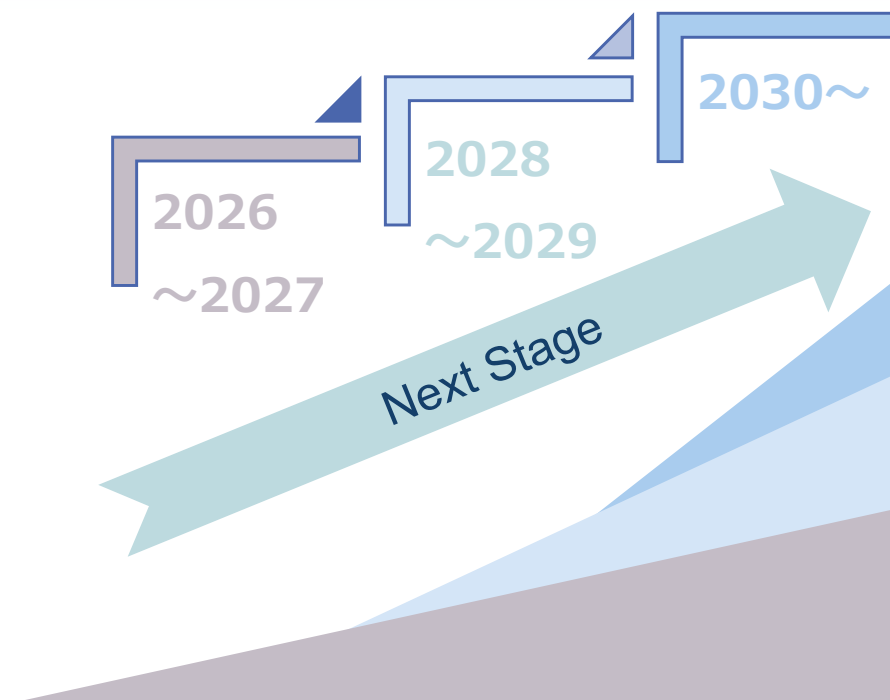
## 構造改革

Challengeし続け、事業基盤を盤石にする

これまでの成果を基に

新たな『構造改革』を実行

- ・ 資本コストを意識した経営
- ・ 収益構造の見直し
- ・ 生産体制、設備の最適化
- ・ 安定配当の継続
- ・ 将来へ向けての投資 等



2024

2025

2026

2027

2028

2029

2030

これまでの中期経営計画

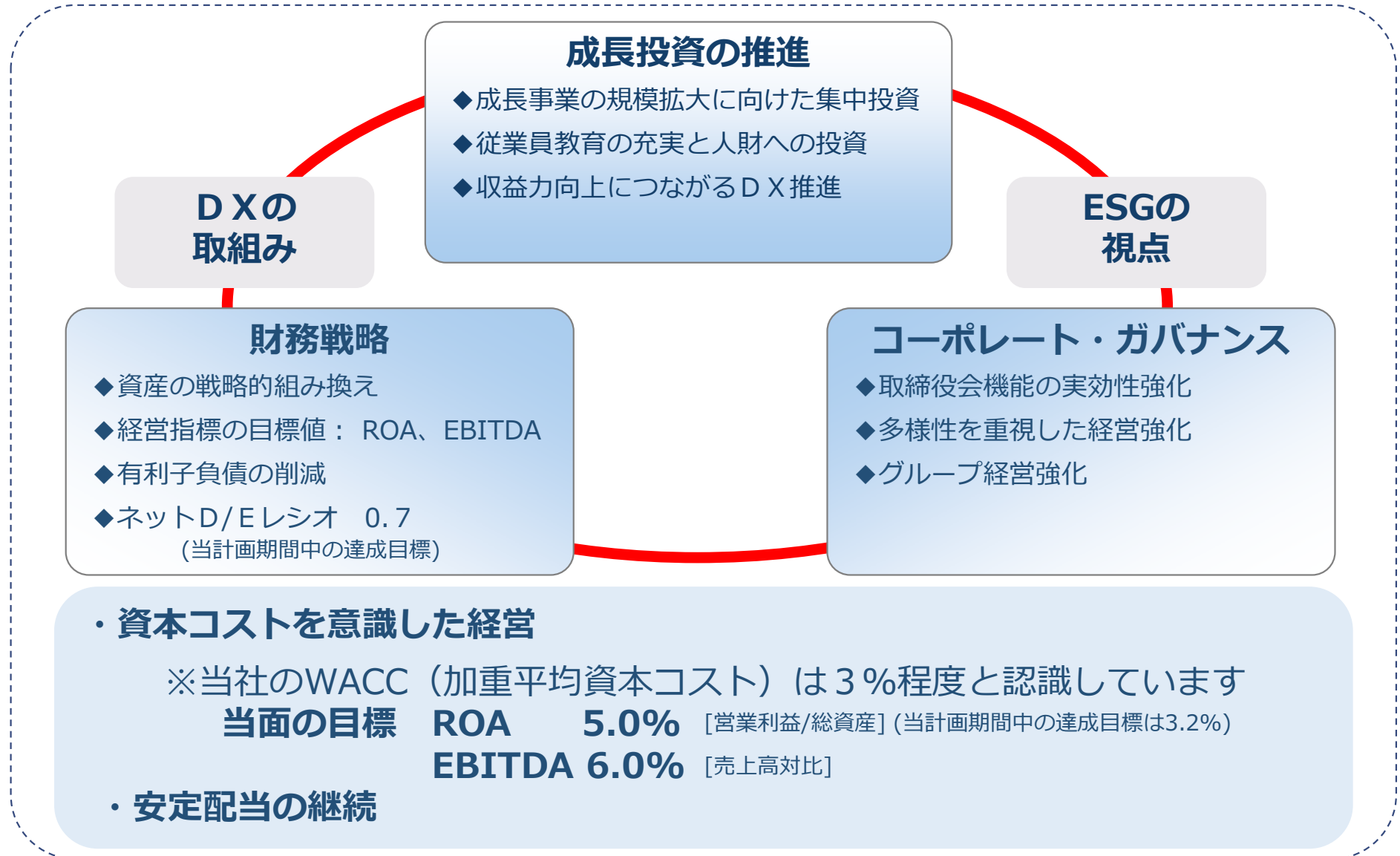
- 『選択と集中』・『構造改革』・『拡大』  
・『前進』・『強化』

成果

- ・ 収益力の強化
- ・ 安定配当の実施
- ・ 自己資本比率の向上
- ・ 財務体質の強化
- ・ 会計システムの刷新



## 経営戦略



# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

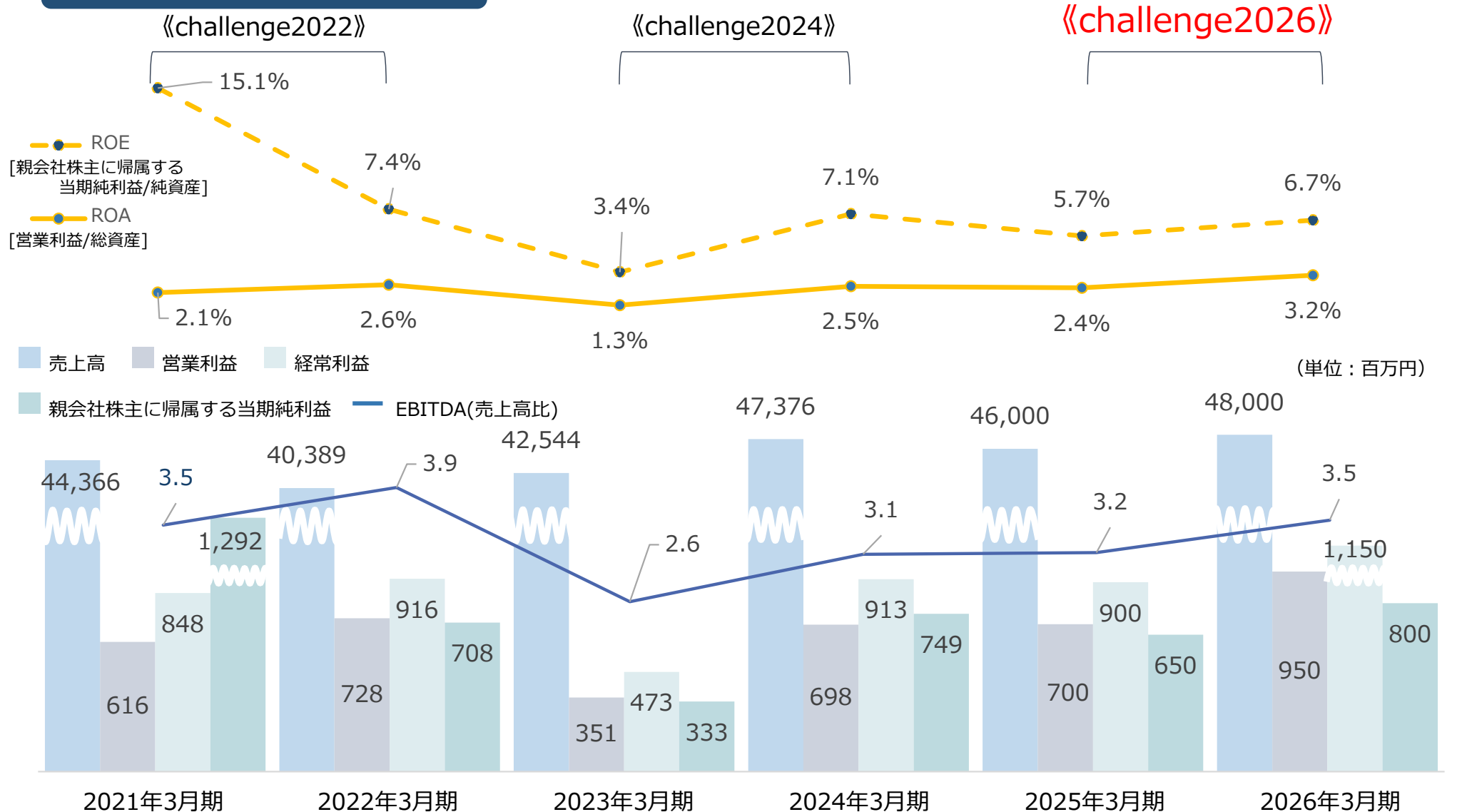
## 売上高・利益計画（連結）

（単位：百万円）

	2024年3月期 実績	2025年3月期 計画	2026年3月期 計画
売上高	47,376	46,000	48,000
食品セグメント	22,566	21,230	22,960
飼料セグメント	24,767	24,730	25,000
その他のセグメント	42	40	40
営業利益	698	700	950
食品セグメント	802	930	1,150
飼料セグメント	938	920	930
その他のセグメント	32	30	30
消去又は全社	▲1,075	▲1,180	▲1,160
経常利益	913	900	1,150
親会社株主に帰属する 当期純利益	749	650	800

# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

## 売上高・利益・経営指標推移



※ 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 < Challenge2026 >

## サステナビリティ経営について

### SDGsの取組み

	課題	取組み内容		
健康	食の安全・安心の確保			
	健康管理			
	働き方改革			
	新素材や食品の開発			
環境	省エネルギー			
	リサイクル			
	海洋環境保全			
	水産資源保全			
	食品ロスの削減			
	廃棄物排出量の削減			
				安全・安心を確保し、お客様に多くの食を提供 (ISO22000・FSSC22000等のシステム運用)
				長時間労働のチェック・抑制、メンタルヘルス対策
				従業員教育の充実、多様性を考慮
				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
				再生可能エネルギーの導入、生産設備等の省エネ化
				残渣（食品・飼料）のリサイクル
				環境配慮型の飼料を開発・販売
				低魚粉飼料や魚粉代替飼料の研究開発
				子供食堂や児童養護施設等への食材提供
				D X 推進による紙資源削減、計画生産・生産性向上 による廃棄ロス削減

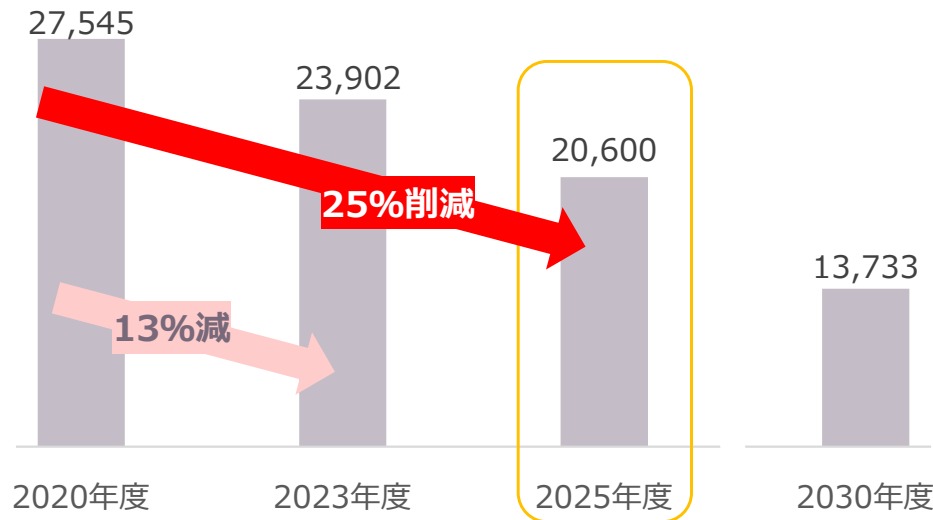
# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

## カーボンニュートラルの取組み

CO<sub>2</sub>排出量を2030年度までに**50%削減**（2020年度比）

### 『Challenge2026』期間で2020年度対比25%削減を目標

(単位：t-CO<sub>2</sub>)



2050年目標  
**実質ゼロ**へ

(単位：t-CO<sub>2</sub>)

	2020年度	2023年度	
CO <sub>2</sub> 排出量	27,545	23,902	87%

※ Scope1とScope2の合計値

<challenge2024>期間中、約13%の削減となり、10%削減の目標を達成いたしました。

#### <これまでの取組み内容>

- ◇太陽光発電設備の導入（2024年1月飼料長府工場稼働開始）
- ◇省エネ効率の高い機器への設備更新（LED電灯等）
- ◇再生可能電力の調達

#### <これからの取組み内容>

- ◆CO<sub>2</sub>排出量を事業所毎に分析し、削減に向けた対策を適時実施する。

【継続項目：◆太陽光発電設備の導入 ◆省エネ効率の高い機器への設備更新 ◆再生可能電力の調達】

人的資本に関する取組み

目指す姿  
(To be)

コア・パーパス（要約）

「生きる力」を生み出す食糧品メーカーとして、食の可能性をひろげる商品を生み出すことで、誰もが幸せに生きられる未来をつくるために活動します

強みである、食に通じる多様な機能を活かしたイノベーションの誘発

**「生きる力」を生み出すのは従業員**

- ◆ 全従業員が主人公という認識のもと、各人の専門性向上を促す研修制度の充実
- ◆ ケミストリーを誘発する積極的な人事ローテーションの実施
- ◆ 多様な価値観やライフスタイルに適合した制度対応
  - ① ダイバーシティマネジメントの強化
    - ※ 食の主な購買層である女性の活用や、グローバル展開に必要な外国人採用
    - ※ 事業環境の変化に対応した、中途採用の実施や社員教育
  - ② 各種人事制度の随時改定
- ◆ 以上による従業員のエンゲージメント向上

現状  
(as is)

## 動物の飼養管理に関する取組み

## ○基本的な考え方

林兼産業グループは、食品に携わる会社として動物の飼養管理に関して、「世界の動物衛生の向上」を目的とする国際獣疫事務局（WOAH）が指標としている「5つの自由」について取組みを深めていきたいと考えています。



# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

## 食品セグメント

超高齢社会においても夢や楽しさをいつまでも維持できるよう  
食を通じて実感できる効能と効果を「生きる力」として届ける

### <機能食品部門>

#### 機能性素材

### 食の「生きる力」を引き出し、健康と幸せを

#### 介護食

#### 国内拡販

機能性表示提案  
通販事業



#### 海外強化

米国：FDA-GRAS認証取得能  
アジア：東南アジア、台湾、韓国



#### 法人向け強化

各種給食会社、配食会社  
大規模法人グループ



#### 消費者向け

在宅（弁当）向け商材  
完調品（調理済）の開発

### ライフステージに沿った生きる力の提供

#### QOL向上

美容維持、老化防止



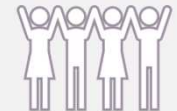
#### 健康維持

身体機能の維持



#### 食べる喜び

美しさ、誤嚥防止



#### 自然由来の素材開発

※カツオエラスチン等



### 独自ソリューション

#### 見た目、食べやすさ

※食品加工で培った成形・加工技術





# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

## 食品セグメント

2050年に食糧危機が懸念視されている中、安定的な食を提供できるよう  
「食」の研究・開発を高め、人々に「えがお」を届ける

<加工食品部門（畜産・水産加工品）>

### 構造改革とジャンルトップへの挑戦

#### マーケティング機能強化

##### 自社ブランドの展開

Hayashikaneブランドの創出・浸透  
Hayashikaneブランドの商品展開



##### 新規マーケットへの展開

独自開発商品による価格競争からの脱却  
新規マーケットへの挑戦



##### 海外開拓

アジア地域の新規開拓

「選んで・食べてよかった」を提供

#### マーケティング機能と連携した商品開発

##### 地域特性を活かした商品開発

イメージ戦略の構築  
ふるさと納税活用



##### 高付加価値商品の開発

おいしいの追求と、楽しさプラスαの提供  
健康と環境に配慮した商品開発  
簡便性とおいしいを実現させた商品開発

#### 生産体制、設備の最適化

設備投資による生産の効率化  
製販連携による原価の最適化  
環境に配慮した生産体制

#### 独自ソリューション（3つのこだわり）

##### 自社開発素材の活用

自社開発飼料で育成した、霧島黒豚やブリ・ウナギなどのこだわり素材

##### 技術力

80年を超える歴史のなかで培った  
食品加工技術と商品開発力

##### 豊富なラインナップ

畜肉加工品、魚肉練製品、調理食品、  
冷凍食品等の豊富な加工食品群

# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

## 食品セグメント

2050年に食糧危機が懸念視されている中、安定的な食を提供できるよう  
環境と資源を最大限に生かし、人々に「おいしさ」を届ける

### <食肉部門>

#### 霧島黒豚

#### ブランド強化

霧島黒豚のブランド価値向上  
新規ブランド構築の検討  
飼料から製品までを再編しストーリー化



### おいしさをもっと知ってもらおう

#### マーケティング機能強化

「おいしい」を届ける機能の強化  
マーケティング機能の首都圏移管  
による情報収集力の強化および新  
たな商品開発の促進



#### 豚肉・牛肉・他

#### 販売チャネルの多角化

エリア戦略  
(大都市と近隣の異なるニーズに沿った戦略)  
外食・中食市場の開拓  
通販・ギフト・ふるさと納税市場

### 畜産インテグレーション



生き物の恵みを有難くいただくため、と畜、食肉加工を畜産の一大生産地  
都城で一気に完結  
飼料→肥育→加工→販売までの自社完結システムを活かした安心・安全な  
食肉の供給

### パートナーとの連携

仕入先パートナーとの  
連携深化による調達力向上



### 独自ソリューション (おいしさの源)

#### イギリス系 バークシャー種

純粋黒豚の肉質

#### 黒豚専用飼料の 開発

飼料メーカーとして  
肉質に徹底的にこだわる

### 3つの肉質へのこだわり

#### 産学連携による 肥育管理

大学との共同研究による  
肉質の追求

#### 南九州の恵み

肥沃な大地と  
霊山霧島の麓で飼育

### 産地

#### 原料産地に こだわる

牛肉：北海道主に  
豚肉：南九州主に

# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

## 飼料セグメント

世界的な水産資源の枯渇に対し  
水産資源の保全および持続可能な養殖のために飼料を通じて貢献する

### 配合飼料

### 環境に配慮した高品質飼料の追求

### 水産物

#### 大手養殖場へ直販拡大

おいしい魚とともに育てるための体制強化  
持続可能な養殖業への貢献



#### Hayashikane 品質の 世界販売拡大



#### マーケティング機能強化

生産性向上に寄与する飼料提案の強化  
新製品開発の強化



### 養魚用飼料の供給力強化

#### 生産力の向上

育成プログラムの研究を積み重ねた飼料  
工場設備の更改



### 育成強化のサポート

#### 嗜好性と吸収性を重視の飼料開発

消化性や吸収性に優れた栄養価の高い飼料開発  
「おいしい」魚を重視した飼料開発

### 独自ソリューション（魚のおいしさ追求）

#### 魚粉代替飼料研究

水産資源の保全・環境への  
配慮  
資源不足問題に対応

#### 魚病解決（歩留向上）

業界トップクラスのサポート  
水産に特化した獣医機能

#### 身質差別化飼料開発

高付加価値化による他社との  
差別化の追求

#### 巧の技

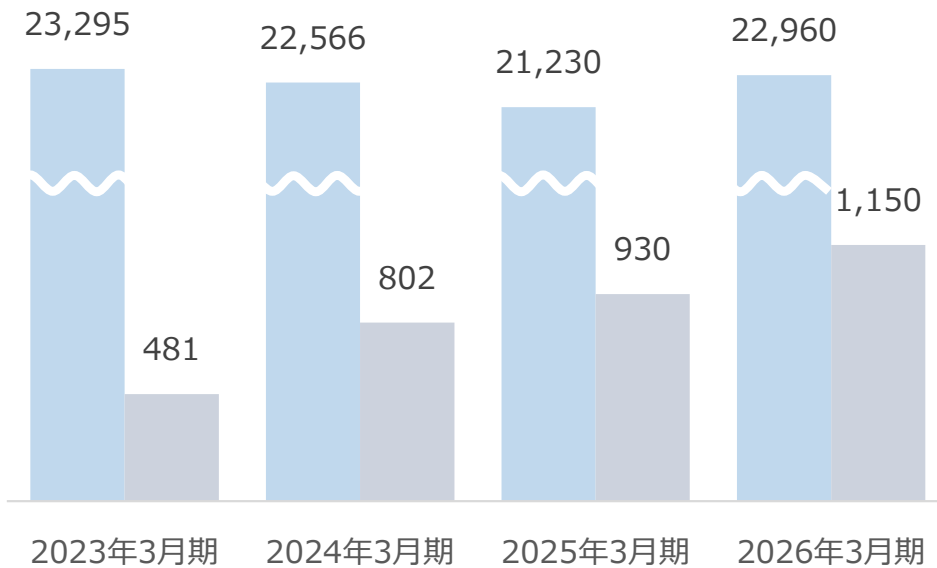
水産・畜産の食品で培った  
技術を活用した商品開発

# 新中期経営計画の取組み < Challenge2026 >

## セグメント別売上高・営業利益計画

### 食品セグメント

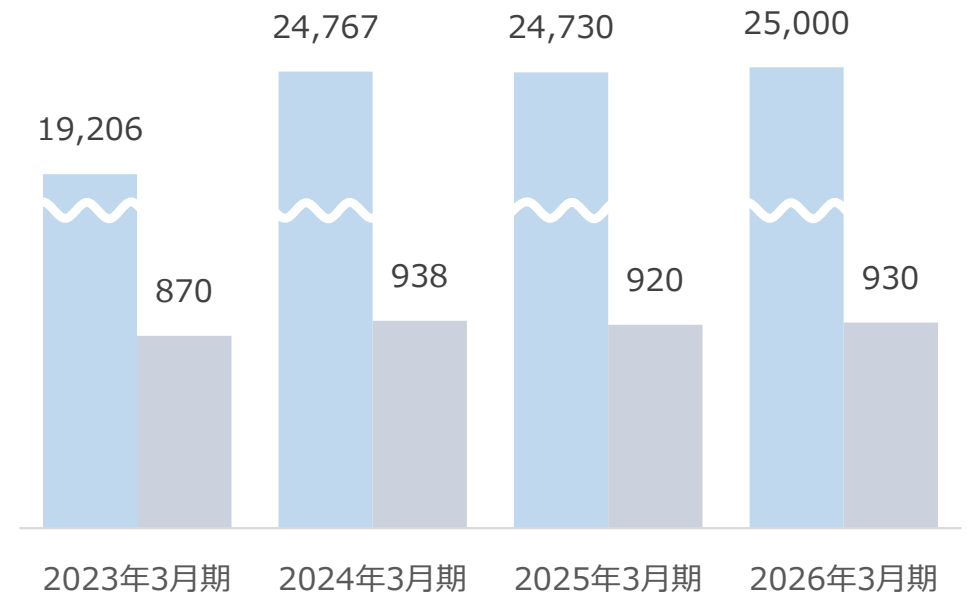
■ 売上高 ■ 営業利益



### 飼料セグメント

■ 売上高 ■ 営業利益

(単位：百万円)





I R 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/>

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。