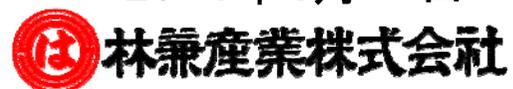


第二次中期経営計画 (2カ年経営計画) 2015年3月期～2016年3月期

2014年4月11日



目次

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

第二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。



第二次中期経営計画

改革の上の「拡大」

事業発展イメージ図

事業発展

拡大

構造改革

第二次中期経営計画
(2015年3月期～2016年3月期)

前中期経営計画
(2013年3月期～2014年3月期)

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

第二次中期経営計画の取組み

セグメント施策

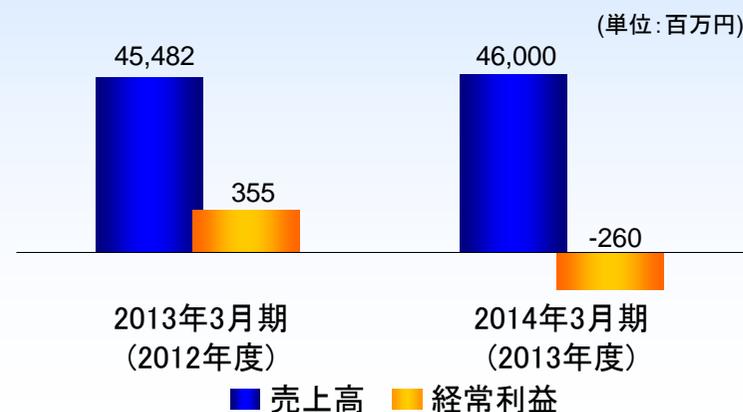
前中期経営計画の総括

前「2カ年経営計画」においては、構造改革として魚肉ねり製品事業のスリム化や畜産用飼料の製造中止など一時的な売上高減少を厭わずハード面の改革に踏み切った。また旧関東工場などの遊休資産の売却を行い経営改善に努めた。これら改革による成果は出ているが、生産効率などソフト面の対応に遅れがあり、また、食肉加工品の原材料価格の高騰等により業績面においては当初の計画を下回る事となった。

よって、次期中期経営計画ではこの2カ年で行った改革をベースとして『売上拡大』を図り、今後の持続的な事業発展を目指すものとする。

		2013年3月期	2014年3月期
売上高	当初計画	45,800	46,800
	実績・見通し	45,482	46,000
経常利益	当初計画	490	580
	実績・見通し	355	-260

(見通しは、2013年11月公表値)



前中期経営計画の総括

水産食品事業

実行状況



今後の取組み

■ 魚肉ねり製品事業のスリム化

- ・下関第一工場の集約改修工事実施
ライン短縮による効率化

- ・更なる固定費、工場稼働経費の削減
と生産性の向上

■ 魚肉ねり製品の販売拡大

- ・新製品17品を投入
- ・新規輸出チャネルの開拓(中国本土・台湾)
- ・業務用製品の開発

- ・新製品開発、既存品リニューアル
- ・輸出、国内業務用チャネル開拓

■ 機能食品の拡大

- ・東京支社要員強化による拡販
- ・新機能性素材の投入・販売開始
- ・和菓子新工場の誘致、生産規模拡大

- ・関西地区の販売体制強化
- ・臨床データ、エビデンスの追加
- ・差別化商品の開発

前中期経営計画の総括

畜産食品事業

実行状況

今後の取組み

■工場体制の見直し

- ・工場特性に沿った生産移管の実施
(量産品:下関第二工場、高付加価値品:都城工場)
- ・下関第二工場へ包装ライン増設
- ・林兼フーズ第二工場(加熱調理品)の改装実施

- ・都城工場の一部ライン整備
- ・受注数量増加による工場稼働率アップ
- ・効率化追求による生産性の向上

■営業企画部門の新設

- ・外食銘店監修ギフトの開発(赤坂璃宮、とりもつえん)
- ・霧島黒豚イメージキャラクター「ポーくん」を展開
- ・霧島黒豚の輸出開始

- ・銘店ギフトを中心に首都圏百貨店を開拓
- ・キャラクター活用による認知度アップ、ブランド強化
- ・輸出拡大に向けた取組み推進

■売上高の拡大

- ・大手食肉企業との取組み開始
- ・大手流通企業との取引強化

- ・大手食肉企業との取引増加による食肉・加工品の売上拡大
- ・大手量販店へのギフト拡販とPB参入

前中期経営計画の総括

飼料事業

実行状況



今後の取組み

■ 下関工場での畜産用飼料の製造中止

- ・下関工場での畜産用飼料の製造を平成24年6月で終了し、設備を撤去
- ・下関工場の効率的運用、養魚用飼料への特化

・マグロ用飼料生産ラインの拡充

■ 養魚用飼料への特化

- ・大手養殖生産企業への営業強化
- ・オンリーワン技術飼料の開発
- ・海外展開の強化

- ・提案型営業と技術力によりシェア拡大
- ・オンリーワン技術飼料の普及、拡販
- ・輸出用飼料の開発、拡大

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

第二次中期経営計画の取組み

セグメント施策

第二次中期経営計画の取組み

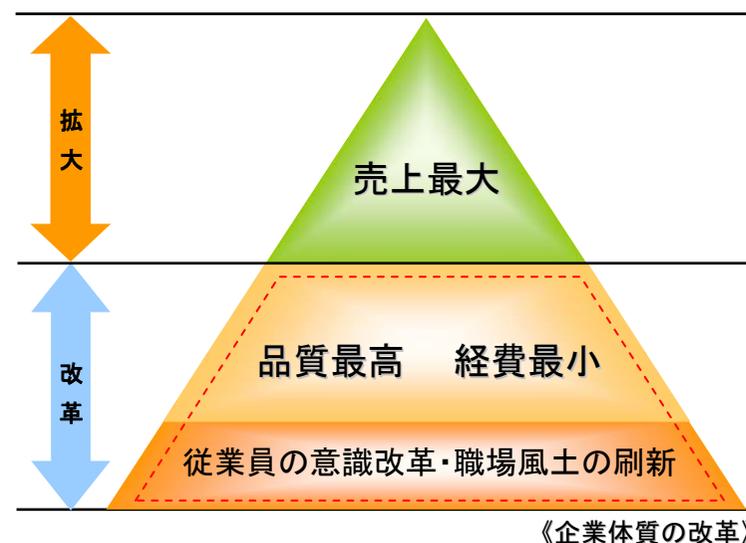
基本方針

- 「売上最大」 ～売上拡大戦略～
- 「品質最高」 ～高品質を追求した製品づくり～
- 「経費最小」 ～ゼロベース思考による業務の見直し～

《改革の上の「拡大」》

前中期経営計画で行った改革の上に立った「拡大」を中期ビジョンとして掲げ、持続的な事業発展を目指す。

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継続し、企業体質の「改革」につなげる。



第二次中期経営計画の取組み

売上最大

～売上拡大戦略～

- ・養魚用飼料の数量拡大
- ・霧島黒豚の販売強化
- ・新規商品戦略の推進
- ・海外取引の拡大

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
- ・ポルフ活動の導入

※「ポルフ=PPORF」
(Practical Program of Revolutions in 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

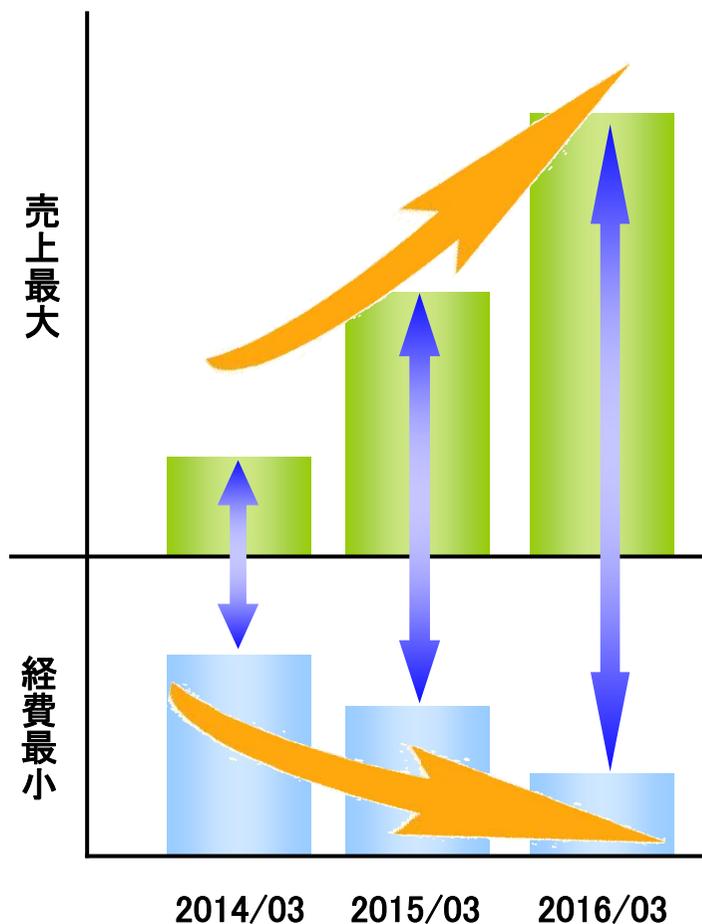
経費最小

～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

第二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と機能食品の販売数量拡大を目指す

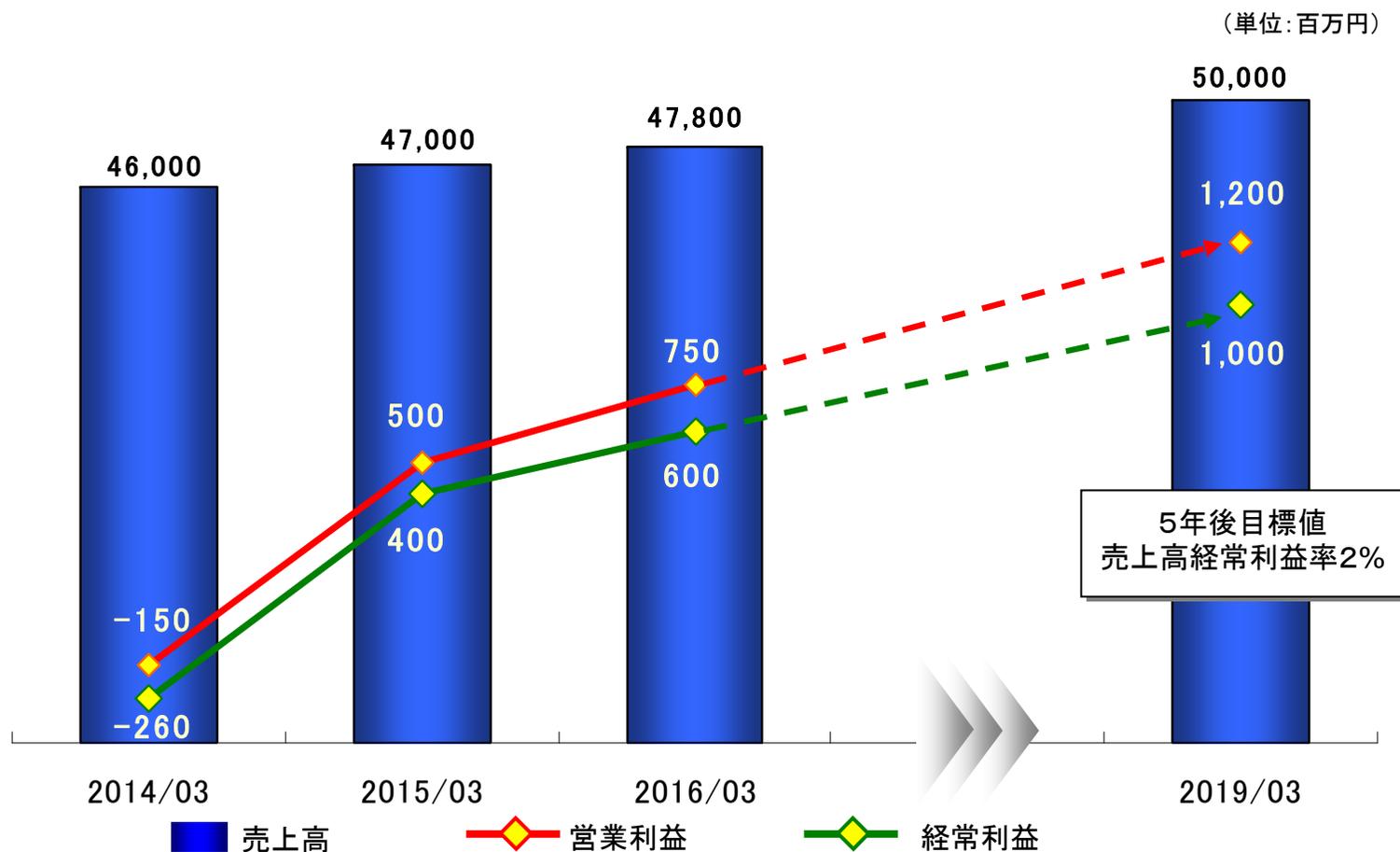
畜産食品事業はスターゼングループとの取組み強化により加工品の販売数量拡大、霧島黒豚の販売強化を目指す

飼料事業は養魚用飼料の販売数量拡大と畜産物・水産物の収支改善を目指す

ゼロベース思考により、生産の効率化、間接部門のスリム化を目指す

第二次中期経営計画の取組み

売上高・利益計画



第二次中期経営計画の取組み

売上高・利益計画

(単位:百万円)

	2014年3月期見通し	2015年3月期計画	2016年3月期計画
売上高	46,000	47,000	47,800
水産食品事業	3,700	4,000	4,300
畜産食品事業	18,400	19,200	19,600
飼料事業	22,100	21,800	21,900
その他の事業	1,800	2,000	2,000
営業利益	-150	500	750
水産食品事業	-110	120	210
畜産食品事業	160	460	560
飼料事業	780	850	860
その他の事業	140	120	120
消去又は全社	-1,120	-1,050	-1,000
経常利益	-260	400	600
当期純利益	-320	300	450

(見通しは、2013年11月公表値)

経営理念・経営ビジョン

前中期経営計画の総括

第二次中期経営計画の取組み

セグメント施策

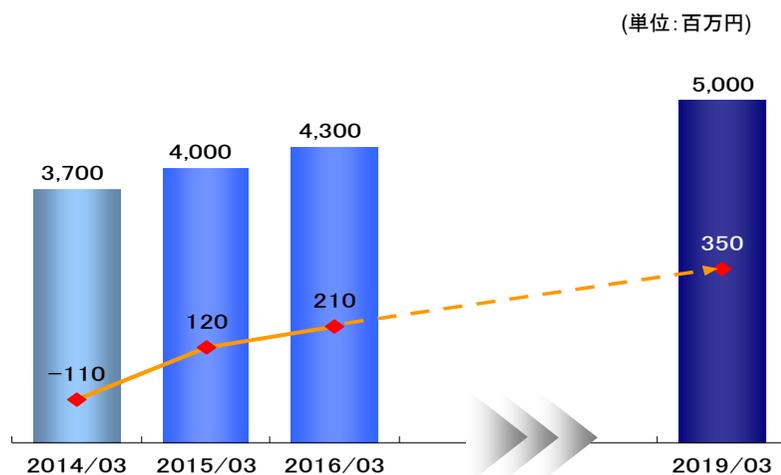
セグメント施策

水産食品事業

重点施策

魚肉ねり製品の販売拡大
機能食品の拡大

数値目標



売上高 営業利益

セグメント計画

(単位:百万円)

	2015年3月期	2016年3月期	2019年3月期
売上高	4,000	4,300	5,000
営業利益	120	210	350

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

- ・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

機能食品の拡大

- ・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(嚥下用他)の開発、既存品リニューアル

セグメント施策

畜産食品事業

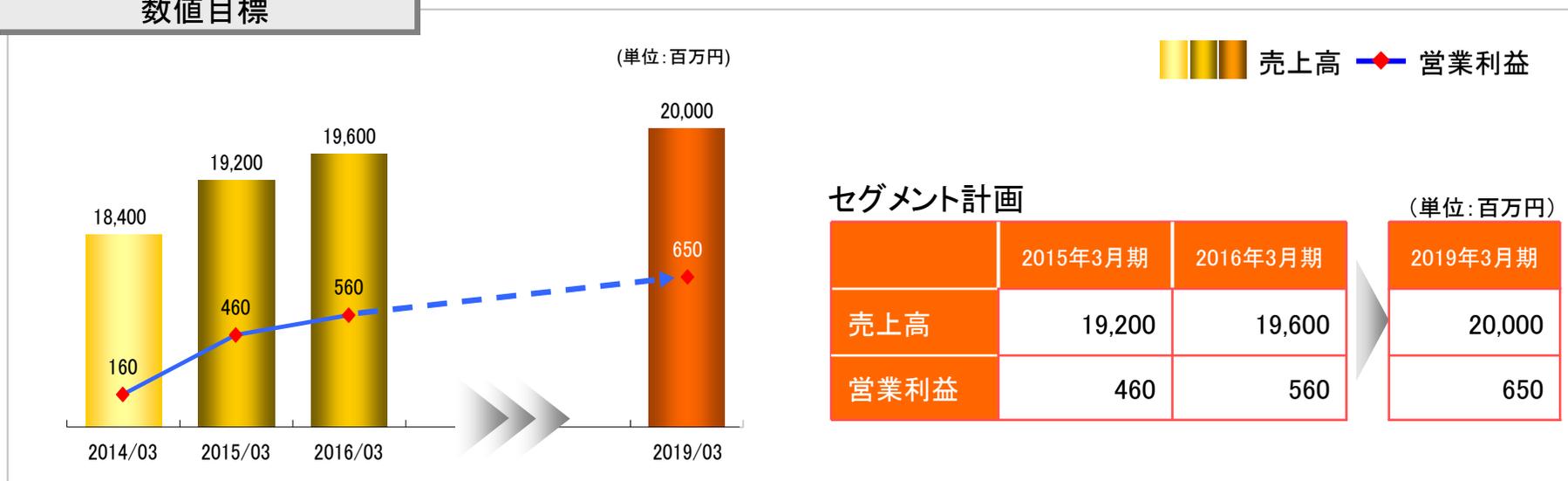
重点施策

スターゼングループとの連携強化

OEM受託数量の拡大

霧島黒豚の販売強化

数値目標



畜産食品事業

アクションプラン

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

OEM受託数量の拡大

- ・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

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)

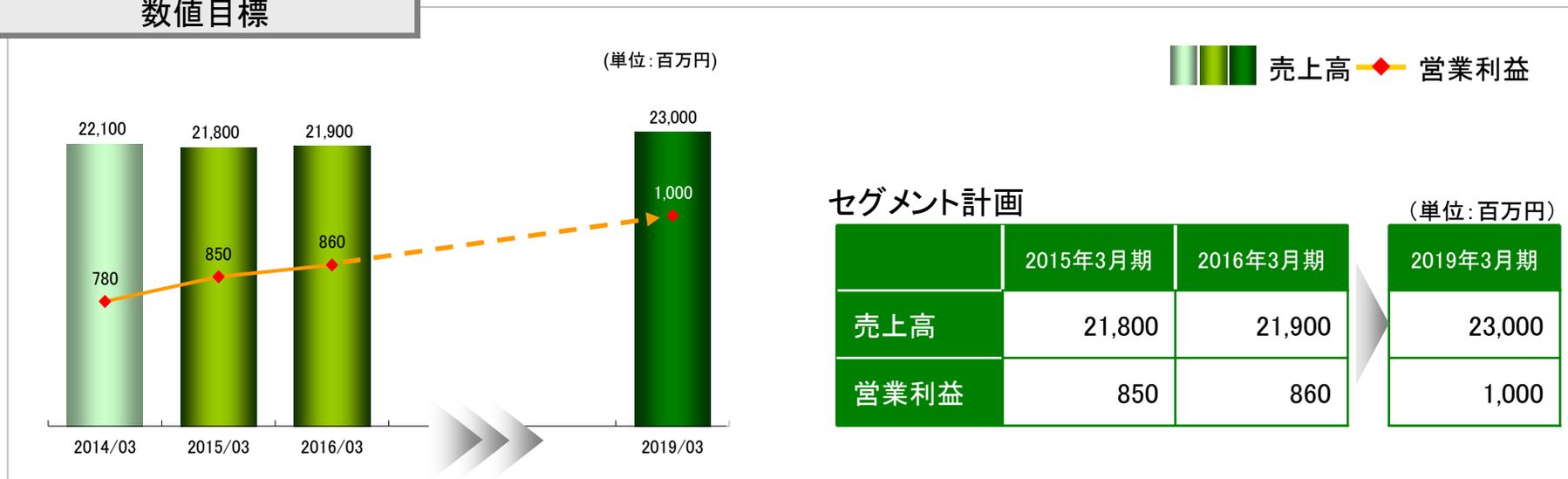
セグメント施策

飼料事業

重点施策

養魚用飼料の販売数量拡大
畜産物、水産物の収支改善

数値目標



飼料事業

アクションプラン

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)

畜産物、水産物の収支改善

(畜産物:赤鷄)

- ・大手流通、大手食品企業との取組み強化
- ・飼育委託提携先の飼育成績、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
- ・養殖委託提携先の飼育成績、歩留改善などによる生産原価の低減



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>