



2009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 橋本 鉄志
 (コード番号 2286 東証・大証第1部 福証)
 問合せ先 管理本部総務部長 宮崎 一郎
 TEL(083)266-0210

＜中期経営計画 アクションプラン策定について＞
 (2009年度～2011年度)

当社グループは、本年4月1日に開示しました中期経営計画「プラス2012」のアクションプランを策定致しましたので、その概略についてお知らせ致します。

－ 中期経営計画【プラス2012】の概要 －

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。

目標とする企業像

- ・ 収益力を高め、安定した成長ができる企業
- ・ 地域に根ざした「愛される」企業

経営戦略

- ・ 安定収益を確保できる収益基盤の拡充－主力事業を基盤とした提案型商品開発
- ・ お客様に受け入れられる高い信頼とブランド力の強化
- ・ 人材育成、CSR活動の推進(地域社会との共存共栄)

2012年3月期の目標

最終年度目標値

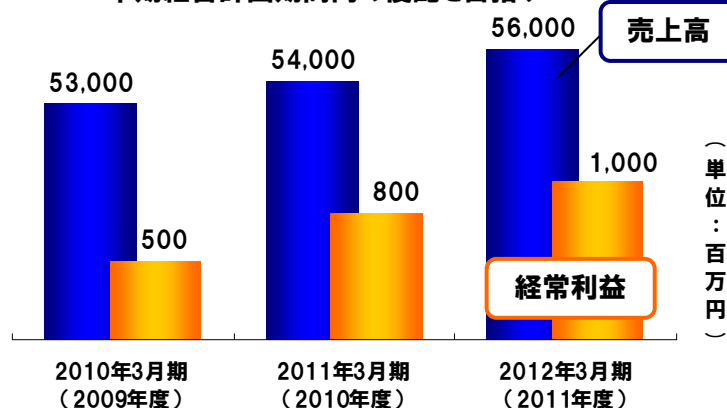
売上高

56,000 百万円

経常利益

1,000 百万円

中期経営計画期間内の復配を目指す



— 中期経営計画 プラス2012 策定にあたって —

中期経営計画策定の背景

当社グループは2006年3月、今後の3ヵ年をグループ体質強化、売上拡大を実現する飛躍の時代と位置付け、中期3ヵ年経営計画「Take Off 21」を策定しました。「Take Off 21」で掲げた3ヵ年最終目標数値については、売上高は目標をほぼ達成したものの、利益目標については原材料価格の高騰や景気後退の影響を受け、計画を達成するに至りませんでした。

当社グループを取り巻く環境は、昨年のリーマンショック以降、景気の先行きにますます不透明感が強まっています。消費動向も「生活防衛型」と言われるように、消費抑制や低価格商品へのシフトが顕著になる一方、中国産冷凍餃子に端を発して、食の安全を求める声も高まっています。

このような状況下で、当社グループが今後成長・発展していくためには、収益力の強化およびお客様に安全・安心を基本に品質の高い商品の提供と当社グループにおける商品開発が不可欠であると認識しており、2008年8月には都城地区における食品安全マネジメントシステムISO22000：2005認証取得による品質管理体制の強化にも取り組んでまいりました。

「**プラス2012**」では新たな3ヵ年を、「将来を見据えた収益基盤の強化」の期間と位置付け、収益力と企業体質の強化に取り組めます。安全・安心をお届けすることで商品価値の向上に努める一方、人材育成にも力を注ぎ、林兼産業グループのブランディングを推進し、「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、皆様から信頼され、愛される企業を目指してまいります。

経営ビジョン

当社グループは、安全・安心を求める消費者の声を重視し、品質の高い商品をお届けすることを目標としています。お客様のニーズに応えられるように企業体質を変革することで、収益性の高い企業を目指し、経営ビジョン実現のために、以下の3点を経営戦略に掲げます。

経営戦略

- ・ 安定収益の確保できる収益基盤の拡充—主力事業を基盤とした提案型商品開発
- ・ お客様に受け入れられる高い信頼とブランド力の強化
- ・ 人材育成、CSR活動の推進（地域社会との共存共栄）

重点戦略

「**プラス2012**」では重点戦略として、以下の3つの戦略を打ち出し、持続的に発展できる企業を目指してまいります。

重点戦略

- ① 商品力、ブランド力の強化
- ② 役職員の意識改革、企業風土改革の推進
- ③ 収益性の追求と資産の有効活用

— 事業別アクションプラン —

当社グループは、幅広い食品の製造・販売を行う「食料品事業」、配合飼料の製造・販売はもちろん、水産物や畜産物の販売も行う「飼料事業」、当社グループの円滑な業務推進に貢献する「その他の事業」の3事業で構成されています。事業別の業績計画は以下の通りです。

事業別の業績計画（連結ベース）

（単位：百万円）

	中期経営計画「プラス2012」		
	2010年3月期（計画）	2011年3月期（計画）	2012年3月期（計画）
売上高	53,000	54,000	56,000
食料品事業	26,800	28,000	29,300
飼料事業	24,200	23,900	24,300
その他の事業	2,000	2,100	2,400
経常利益	500	800	1,000
食料品事業	260	560	700
飼料事業	290	300	330
その他の事業	▲50	▲60	▲30

■ 食料品事業

食料品事業では、永年愛されてきた「マルハハム・ソーセージ」をはじめとする魚肉ねり製品、「霧島黒豚」など銘柄豚に代表される肉類・食肉加工品、調理食品、健康志向食品など、幅広い食品の製造・販売を行っています。「プラス2012」では、収益の安定化を図るとともに、ブランド力の一層の向上を目指した取り組みを実施致します。

業績計画（林兼産業株式会社 単体ベース）

（単位：百万円）

	中期経営計画「プラス2012」		
	2010年3月期（計画）	2011年3月期（計画）	2012年3月期（計画）
売上高	24,400	25,900	27,150
水産食品	5,700	5,900	6,000
加工食品	4,400	4,750	5,000
食肉	10,900	11,100	11,300
機能食品	500	650	750
東京支社	2,900	3,500	4,100

食料品事業の営業施策は下記の通りです。

1) 水産食品

- ① マルハニチロ食品向け製品の販売活性化
- ② 直販ルートの拡大
- ③ 業務用商品の拡販
- ④ 新規商品の開発及び拡販（直販）

2) 加工食品

- ① 主力OEM企業を取組強化による生産数量の維持
- ② 新規業務用得意先の開拓による生産数量の拡大
- ③ 畜肉加工品販売体制の構築
- ④ 既存得意先の深耕開拓

3) 食肉

- ① 霧島黒豚を中心に宮崎県産および鹿児島県産黒豚の拡販による利益の確保
- ② 霧島黒豚の得意先の開拓を促進
- ③ 豚肉の計画凍結・計画販売による販売効率の改善
- ④ 中元・歳暮をはじめとするギフト事業を拡大するとともに収支改善
- ⑤ 安定した利益を確保するため、豚肉加工品・調理品を開発、販売

4) 機能食品

- ① エラスチンの拡販
- ② ソフミートの拡販
- ③ 既存商品の売上拡大と新商品の開発

5) 東京支社

- ① 食肉（黒豚・国産豚・赤鶏・国産牛）の販売数量の拡大
- ② 市場開拓（新規取引先の開拓と新製品の開発）

■ 飼料事業

養殖業と畜産業の発展に貢献するため、配合飼料の製造・販売はもちろん、水産物や畜産物の販売に至るまで、積極的な事業展開を行っています。「プラス2012」では、厳しい環境下でも安定した利益が出せるように数量の確保を図る一方、様々なユーザーニーズにお応えできるよう、常に研究開発に取り組んでいます。

業績計画（林兼産業株式会社 単体ベース）

（単位：百万円）

	中期経営計画「プラス2012」		
	2010年3月期（計画）	2011年3月期（計画）	2012年3月期（計画）
売上高	27,200	27,550	27,900
畜産用飼料	6,450	6,550	6,600
養魚用飼料	12,850	13,000	13,200
その他	7,900	8,000	8,100

飼料事業の営業施策は下記の通りです。

1) 畜産営業部

基本方針および目標数量

世界的な不況の影響を受け消費の低迷が顕著となる中、収益確保のため、コスト削減に努めます。また「純国産赤鶏さつま」の生産・販売を軌道に乗せ、収益改善に注力します。

営業施策は以下の通りです。

- ① 畜産物販売の強化
- ② 下関工場の効率化
- ③ 研究開発の推進

2) 水産営業部

基本方針および目標数量

需要の減退・販売価格の低迷に加え荷動きの鈍さから国内養殖業界も非常に厳しい状況に見舞われております。このような中、原料動向やユーザーニーズを迅速かつ正確に把握しつつ、利益および数量確保に努めます。当社独自の飼料で育てた「うまかぶり」のブランドを活かした販売戦略を図るとともに、数量の確保と収益の安定に注力します。

営業施策は以下の通りです。

- ① 安定的な数量確保
- ② 加工品販売の収益確保
- ③ ソフトタイプE Pシリーズの販売数量拡大
- ④ 差別化飼料の早期確立

■ その他の施策

本社部門

- ① 新人事制度の導入
- ② 遊休資産の賃貸・売却
- ③ 品質保証体制の充実

研究開発体制

機能素材事業推進のため、エラスチンの優位性検証試験に注力するとともに、次期機能性素材の研究や、上市に向けてのプロモーションを推進します。病院・施設向け及び健康志向食品の開発については、現在検討中のテーマの早期上市を目指します。また、高齢化社会が更に進む環境下、業界や学会の情報を収集し、新たな市場が創造できる商品の企画・開発にチャレンジして参ります。

C S R活動、コンプライアンスへの取り組み

林兼産業グループは、持続可能な未来社会実現のために、環境と社会、地域社会に配慮した事業活動を実施致します。こうした活動を通じて社会的な責任を果たし、お客様や地域社会の皆様の期待に応じていきます。こうした取り組みは、林兼産業グループ全社ではなく、当社製品のユーザーを含めたパートナーとの協働活動を目指して推進していきます。

業績目標

(ア) 計画期間 3 ヶ年：2009 年度（2009 年 4 月 1 日）～2011 年度（2012 年 3 月 31 日）

(イ) 基本目標 2011 年度

- | | |
|---------|------------|
| 1) 売上高 | 56,000 百万円 |
| 2) 営業利益 | 1,200 百万円 |
| 3) 経常利益 | 1,000 百万円 |

◆ 業績計画（連結ベース）

（単位：百万円）

	中期経営計画 「プラス 2012」		
	2010 年 3 月期（計画）	2011 年 3 月期（計画）	2012 年 3 月期（計画）
売上高	53,000	54,000	56,000
営業利益	700	1,000	1,200
経常利益	500	800	1,000
変動費	39,500	40,400	42,100
固定費	13,000	12,800	12,900

◆ 設備投資・減価償却費

（単位：百万円）

	中期経営計画 「プラス 2012」		
	2010 年 3 月期（計画）	2011 年 3 月期（計画）	2012 年 3 月期（計画）
設備投資合計	772	273	1,609
食料品事業	321	132	1,152
飼料事業	421	89	440
その他	30	52	17
減価償却費	790	823	894

本件に対するお問い合わせ先
林兼産業株式会社 管理本部総務部
TEL 083-266-0210
<http://www.hayashikane.co.jp/>



中期経営計画

プラス2012

(2010年3月期～2012年3月期)

アクションプラン

2009年5月15日

林兼産業株式会社



中期経営計画策定にあたって

経営ビジョンと重点戦略

事業別アクションプラン

経営目標

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。

林兼産業グループは、「風通しの良い」「明るい」会社を目指し、
プラス2012 を作成しました。株主満足、顧客満足および従業員満足の向上を図るとともに、地域社会への貢献や環境への配慮などの社会的責任を果たすことを目指してまいります。

2009年4月1日
代表取締役社長 橋本 鉄志

目標とする企業像

- ・ 収益力を高め、安定した成長ができる企業
- ・ 地域に根ざした「愛される」企業

最終年度目標数値

2012年3月期最終目標

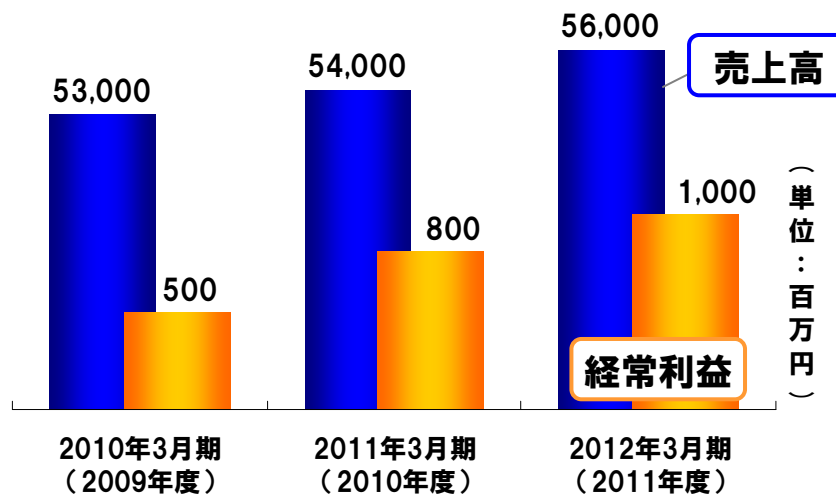
売上高

56,000百万円

経常利益

1,000百万円

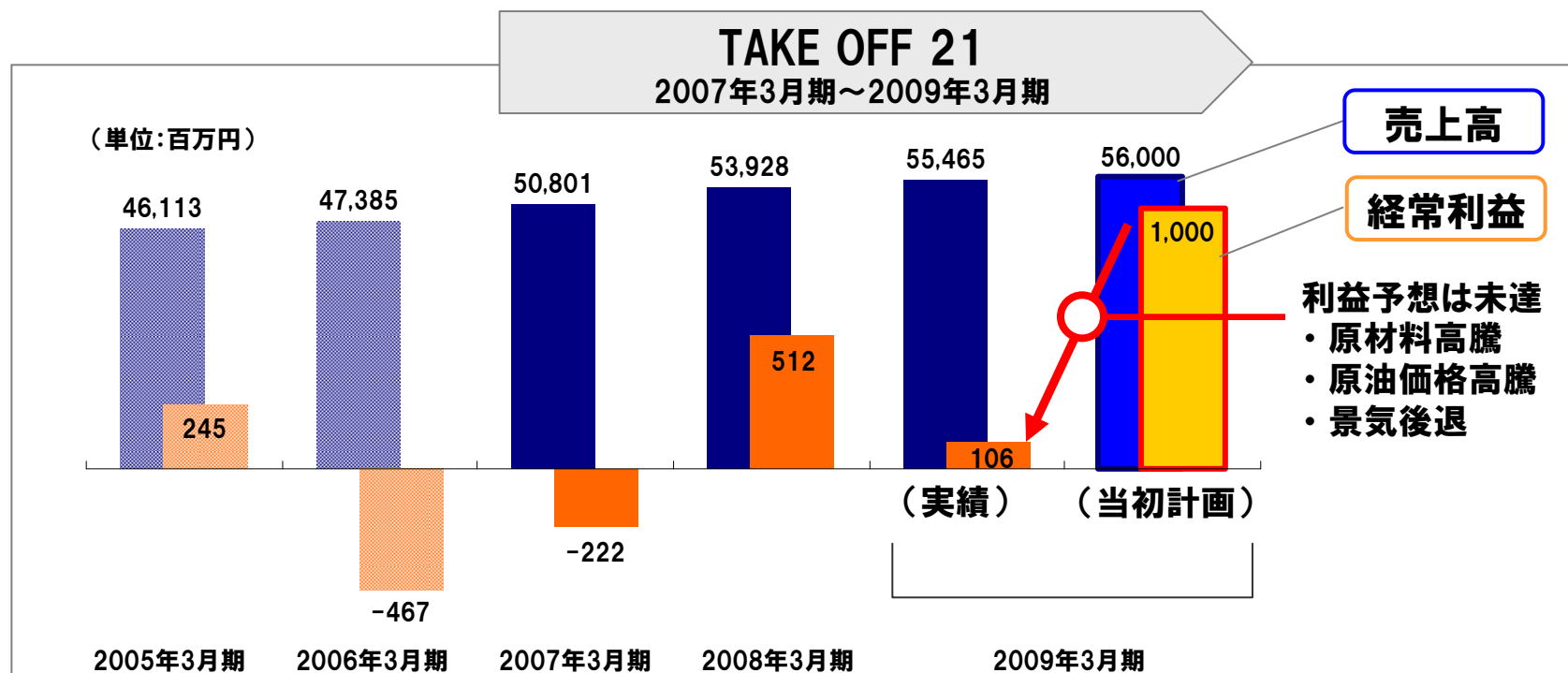
中期経営計画期間内の復配を目指す



前中期経営計画の振り返り

当社グループは2006年3月、今後の3ヵ年をグループ体質強化、売上拡大を実現する飛躍の時代と位置付け、中期3ヵ年経営計画「Take Off 21」を策定しました。

「Take Off 21」で掲げた3ヵ年最終目標数値については、売上高は目標をほぼ達成したものの、利益目標については原材料価格の高騰や景気後退の影響を受け、計画を達成するに至りませんでした。



中期経営計画策定にあたって

経営ビジョンと重点戦略

事業別アクションプラン

経営目標

当社グループは、安全・安心を求める消費者の声を重視し、品質の高い商品をお届けすることを目標としています。お客様のニーズに応えられるように企業体質を変革することで、収益性の高い企業を目指します。
経営ビジョン実現のために、以下の3点を経営戦略に掲げます。

安定収益の確保できる収益基盤の拡充
－ 主力事業を基盤とした提案型商品開発

お客様に受け入れられる高い信頼とブランド力の強化

人材育成、CSR活動の推進(地域社会との共存共栄)

プラス2012 では重点戦略として、以下の3つの戦略を打ち出し、
持続的に発展できる企業を目指してまいります。

商品力、ブランド力の強化

- ・ マルハニチログループとの連携強化
- ・ 霧島黒豚の事業展開の強化
- ・ 付加価値商品の開発
- ・ 生産管理体制の再構築・強化

役職員の意識改革、企業風土改革の推進

- ・ 新人事制度導入による意識改革
- ・ CSR活動の推進(地域社会との共存共栄)
- ・ コンプライアンス経営の徹底

収益性の追求と資産の有効活用

- ・ 加工食品部門の強化
- ・ 機能食品部門の売上拡大
- ・ 遊休資産の活用、売却

中期経営計画策定にあたって

経営ビジョンと重点戦略

事業別アクションプラン

経営目標

林兼産業グループの構成

当社グループは、幅広い食品の製造・販売を行う「食料品事業」、配合飼料の製造・販売はもちろん、水産物や畜産物の販売も行う「飼料事業」、当社グループの円滑な業務推進に貢献する「その他の事業」の3セグメントで構成されています。

（食料品事業）

- ・ 林兼産業株式会社
- ・ キリシマドリームファーム株式会社
- ・ 株式会社林兼デリカ
- ・ 林兼フーズ株式会社
- ・ 都城ウエルネスミート株式会社

（飼料事業）

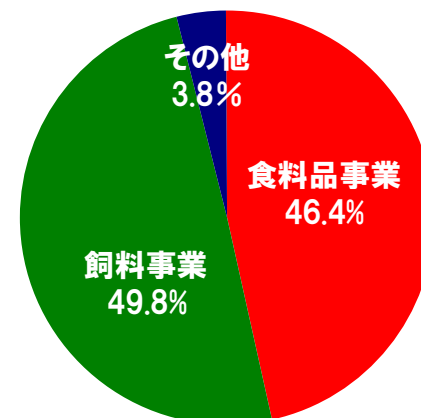
- ・ 林兼産業株式会社
- ・ 有限会社平安海産
- ・ 有限会社桜林養鰻
- ・ 志布志飼料株式会社 ※
- ・ 株式会社ベツケイ ※

（その他の事業）

- ・ 林兼コンピューター株式会社
- ・ 林兼冷蔵株式会社
- ・ 株式会社みなと ※

※は持分法適用会社です

2009年3月期のセグメント構成



2009年3月期のセグメント別売上高

食料品事業	飼料事業	その他の事業
25,752百万円	27,616百万円	2,097百万円

セグメント別の業績目標

	中期経営計画「プラス2012」		
	2010年3月期 (計画)	2011年3月期 (計画)	2012年3月期 (計画)
売上高	53,000	54,000	56,000
食料品事業	26,800	28,000	29,300
飼料事業	24,200	23,900	24,300
その他の事業	2,000	2,100	2,400
経常利益	500	800	1,000
食料品事業	260	560	700
飼料事業	290	300	330
その他の事業	▲50	▲60	▲30

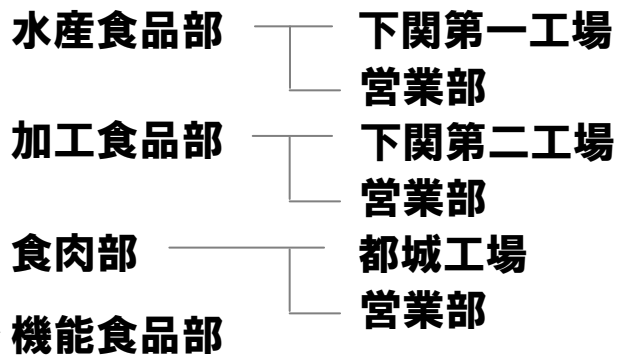
単位:百万円

食料品事業 事業概要

永年愛されてきた「マルハハム・ソーセージ」をはじめとする魚肉ねり製品、「霧島黒豚」など銘柄豚に代表される肉類・食肉加工品、調理食品、健康志向食品など、幅広い食品の製造・販売を行っています。なかでも専用飼料の開発から処理加工に至るまで、当社の技術が結集された「霧島黒豚」は、黒豚の持つ「おいしさ」を追求した自社ブランドであり、高付加価値商品として、市場においても高く評価されています。

(組織図)

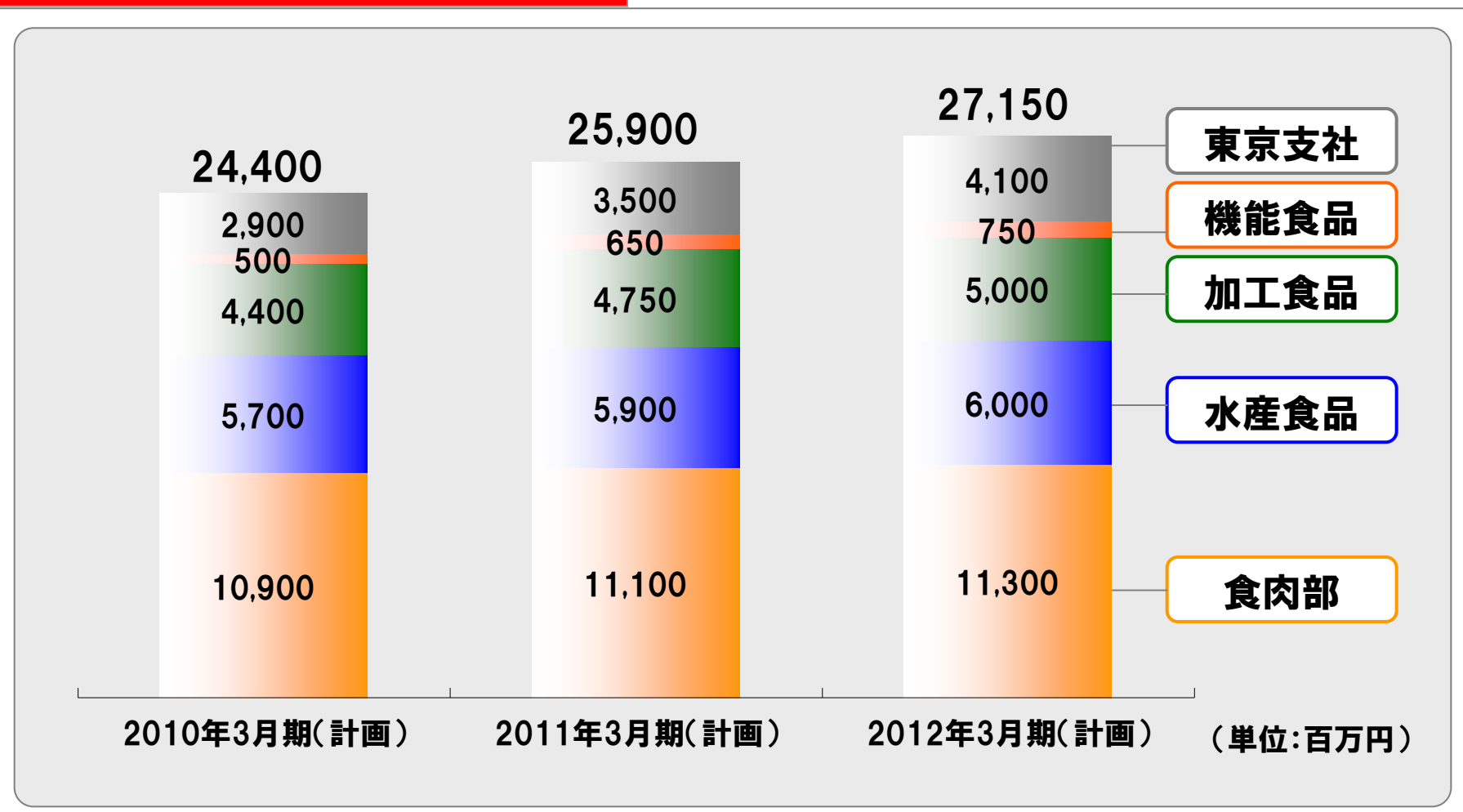
食品事業部



東京支社



部門別 売上高計画（単体ベース）



(1) 水産食品部

① マルハニチロ食品向け製品の販売活性化

- ・ マルハニチロ食品と共同で開発してきた、「マジックカットフィッシュソーセージCaトクホ」を平成21年3月より発売
- ・ 消費者認知度を高め、ソーセージシェアの挽回と差別化による価格の安定化を図る
- ・ 健康志向に沿った新製品の共同開発
- ・ コンビニ向け、量販店向けの製品開発

② 直販ルートの拡大

- ・ 香港向けは消費者キャンペーンや企画品を中心に販促頻度を高め、量販店のシェア拡大に努める
- ・ 香港特約店と強力して、周辺地域への市場拡大を行う

③ 業務用商品の拡販

- ・ 業務用問屋帳合での外食チェーン等への販路拡大
- ・ 学校給食会への取り組み強化

④ 新規商品の開発及び拡販(直販)

- ・ レトルト商品、高級ハム(水産原料)他

収益改善策

- ・ 原材料価格の変動に迅速に対応できる体制作り
- ・ 新たな原料の開発、品質の維持・向上を条件とする配合変更
- ・ 多能工化を推進し労働生産性の向上を図る

(2) 加工食品部

① 主力OEM企業の実績強化による生産数量の維持

- ・ 自社工場及び林兼フーズの生産数量の基盤を確保し、生産性向上を行う

② 新規業務用得意先の開拓による生産数量の拡大

- ・ OEM生産に加え、新規業態をターゲットとした得意先開拓を行い生産数量の拡大を行う

③ 畜肉加工品販売体制の構築

- ・ 加工食品の販売体制を構築し、メーカーとしての営業部隊を育成する

④ 既存得意先の深耕開拓

- ・ 中国など海外製造食材の取り込みによる生産数量の増大
- ・ 既存得意先向けの新規商材開発による生産数量の増大

収益改善策

- ・ 下関第二工場は広い生産スペースを利用した大量生産型商品を構築
 - 生産能力向上に向けた設備の充実、労働生産性の向上
- ・ 都城工場は高付加価値商品の構成をUPさせ、収益力を強化
 - 黒豚、国産豚の生産拠点のメリットを生かした商品づくり

(3) 食肉部

- ① 霧島黒豚を中心に宮崎県産および鹿児島県産黒豚の拡販による利益の確保
- ② 霧島黒豚の得意先の開拓を促進
- ③ 豚肉の計画凍結・計画販売による販売効率の改善
- ④ 中元・歳暮をはじめとするギフト事業を拡大するとともに収支改善
- ⑤ 安定した利益を確保するため、豚肉加工品・調理品を開発、販売

(4) 機能食品部

- ① エラスチンの拡販
 - ・ 既存品(主に海外品)使用企業に対するアプローチ
 - ・ 販売網拡大。勉強会の開催、販促資料の提供等行い、知識の向上と浸透を図る
- ② ソフミートの拡販
 - ・ 大手委託給食企業へのアプローチ
 - ・ 宅配業者向け及び在宅向け商品の開発
- ③ 既存商品の売上拡大と新商品の開発
 - ・ 重点商品の拡販(和菓子、ニューソーセージ、鉄とり名人)
 - ・ 新商品の開発(三層羊羹、嚙下用ゼリー、ニューソーセージ(ポーク)、高カロリーゼリー)

(5) 東京支社

① 食肉(黒豚・国産豚・赤鶏・国産牛)の販売数量の拡大

- ・ 既存取引先への計画的な黒豚等の販売
- ・ 年間取引契約による国産豚の販売拡大
- ・ 自社原料による調理加工品開発と委託加工先の開拓
- ・ 冷凍原料としての黒豚・赤鶏の提案強化
- ・ プライベートブランド開発による得意先開拓

② 市場開拓(新規取引先の開拓と新製品の開発)

- ・ 調理加工品の品揃えによる中堅・高級量販店への開拓
- ・ コンビニエンスストアとの取引拡大
- ・ 外食産業への販売拡大
- ・ 通販事業の確立
- ・ 中部・東海地区への拡販

飼料事業 事業概要

養殖業と畜産業の発展に貢献するため、配合飼料の製造・販売はもちろん、水産物や畜産物の販売に至るまで、積極的な事業展開を行っています。

養魚用飼料においては、「育てる漁業」の定着により、品質・形態・機能面における新たなニーズが高まってきました。これに対し当社では、業界最大級の養魚用飼料専用工場と専門の研究センターを擁し、養殖業界のあらゆるニーズにお応えできるよう、常に研究開発に取り組んでいます。

(組織図)

飼料事業部

— 研究開発部

— 畜産営業部

— 水産営業部

— 製造部

— 下関飼料工場

— 長府工場

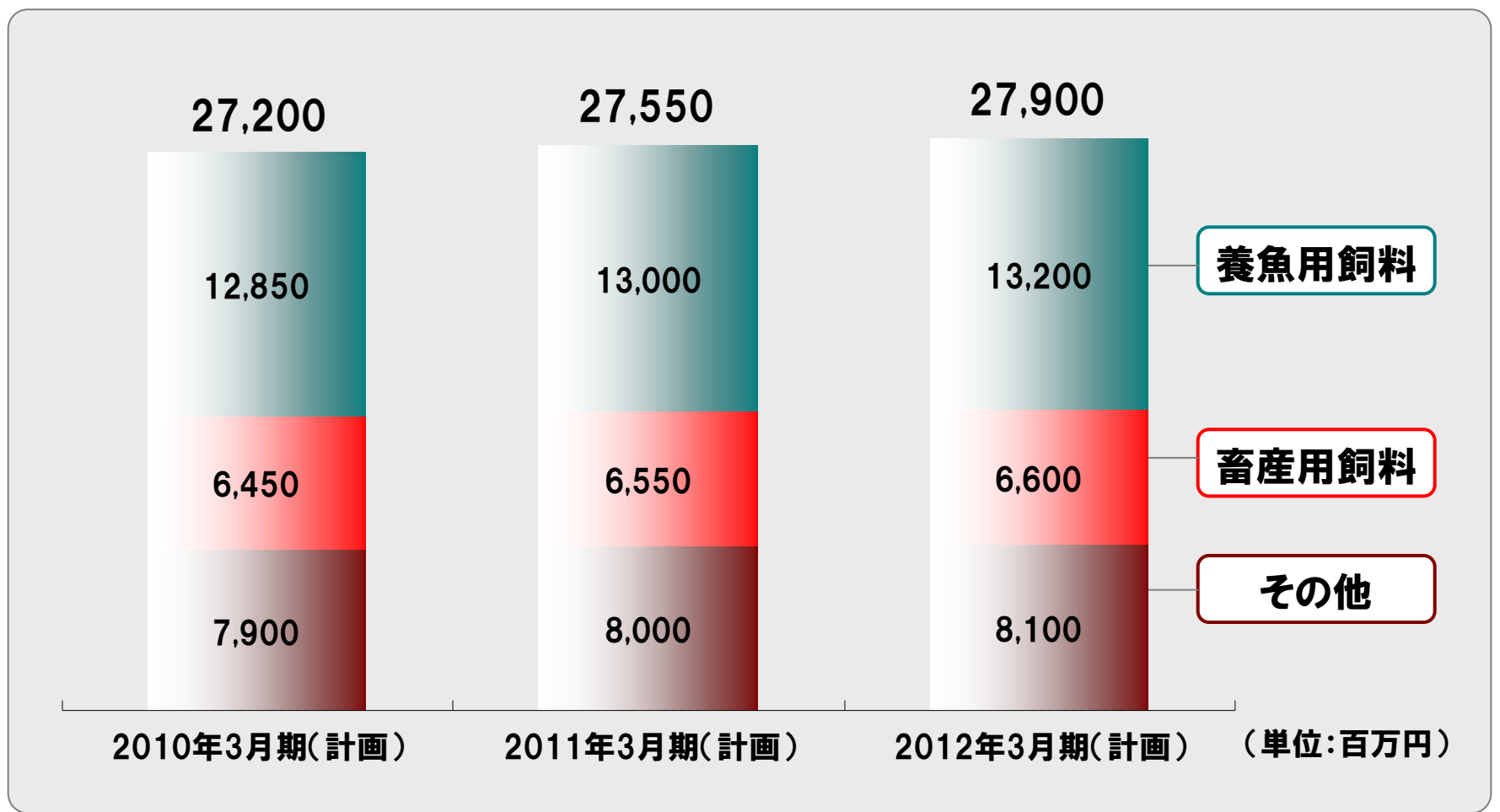


▲ 新型飼料「超ソフトEP」



▲ マグロ養殖用「ツナフード」

部門別 売上高計画（単体ベース）



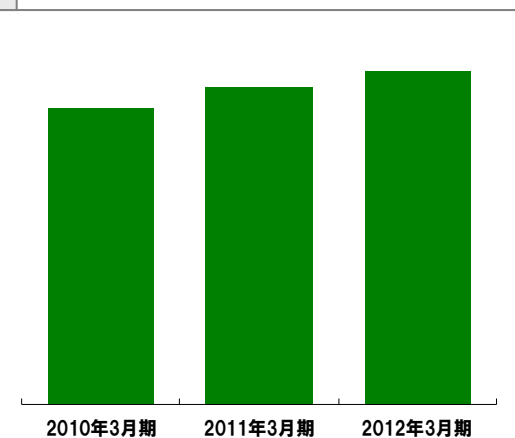
(1) 畜産営業部

基本方針および目標数量

世界的な不況の影響を受け消費の低迷が顕著となる中、収益確保のため、コスト削減に努めます。また「純国産赤鶏さつま」の生産・販売を軌道に乗せ、収益改善に注力します。

畜産用飼料売上高の計画（百万円）

2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期
6,450	6,550	6,600



① 畜産物販売の強化

- ・ 赤鶏販売に傾注

② 下関工場の効率化

- ・ 銘柄の削減を行い工場の生産性をUPさせる。

③ 研究開発の推進

- ・ 黒豚専用飼料、赤鶏専用飼料の見直し
- ・ 生産者のニーズに合わせた製品の開発

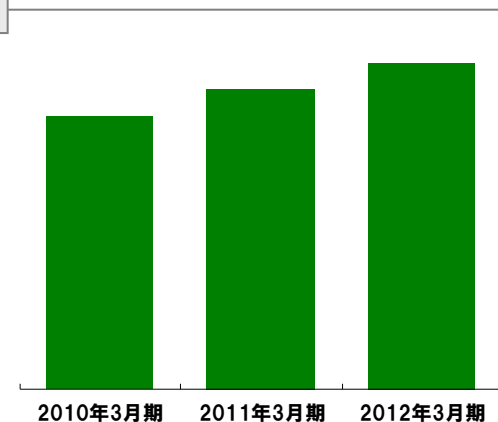
(2) 水産営業部

基本方針および目標数量

原料動向やユーザーニーズを迅速かつ正確に把握しつつ、利益および数量確保に努めます。当社独自の飼料で育てた「うまかぶり」のブランドを活かした販売戦略を図るとともに、数量の確保と収益の安定に注力します。

養魚用飼料売上高の計画（百万円）

2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期
12,850	13,000	13,200



① 安定的な数量確保

- ・ 大口生産者を中心に、他特約店の生産者の固定化も図り販売数量の確保を行う

② 加工品販売の収益確保

- ・ 「うまかぶり」のブランドを活かした付加価値販売

③ ソフトタイプEPシリーズの販売数量拡大

- ・ 閑散期の数量確保と工場の稼働率維持のために、既存生産者を基に新規開拓

④ 差別化飼料の早期確立

- ・ 当社独自の製品をきっかけとして既存生産者の固定化と新規生産者の開拓に繋げる

(1) 本社部門

① 新人事制度の導入

- ・ 目標管理制度を取り入れた新人事制度の運用のフォローを行い、制度の定着を推進
- ・ 従業員の能力・成果に応じた処遇
- ・ 人事政策的観点からの採用計画を策定。即戦力となる中途採用に向け取り組む
- ・ 資格等級や職種などに配慮した試験制度へ変更。能力開発と有能な人材の早期登用を図る
- ・ 研修体系を再構築し、職位・職種等に応じた研修を実施
- ・ 通信教育を制度化して運用、従業員のレベルアップと企業としての組織戦力の強化を図る
- ・ ジョブローテーション制度を構築。経営的視野から業務遂行・判断ができる人材を育成

② 遊休資産の賃貸・売却

- ・ 早期の賃貸・売却を実現することにより、将来負担費用を削減

③ 品質保証体制の充実

- ・ 都城地区へ導入した食品安全マネジメントシステム(ISO22000:2005)の定着
- ・ ISO22000の下関地区への導入
- ・ 品質管理委員会、品質管理担当者会議の充実を図る
- ・ 各工場の品質管理課との連携強化

(2) 研究開発体制

機能素材事業推進のため、エラスチンの優位性検証試験に注力するとともに、次期機能性素材の研究や、上市に向けてのプロモーションを推進します。病院・施設向け及び健康志向食品の開発については、現在検討中のテーマの早期上市を目指します。また、高齢化社会が更に進む環境下、業界や学会の情報を収集し、新たな市場が創造できる商品の企画・開発にチャレンジしてまいります。

① 研究開発の強化

エラスチン関係

- ・ 魚類エラスチンの優位性に関するエビデンス研究の推進
- ・ 認知度UPのため学会発表や論文投稿、記事投稿などの広報活動の推進

次期機能性素材関係

- ・ 大学との共同研究体制の強化
- ・ 機能に関するエビデンス研究の推進
- ・ 上市に向けたプロモーションの計画立案と実行

② 商品開発の強化

- ・ 病院・施設向け及び健康志向食品の開発
- ・ ソフミート新規アイテムの企画/開発
- ・ ソフト食関連の研究開発及び上市
- ・ 和菓子、飲料のリニューアル
- ・ 高カロリーゼリーの上市

(3) CSR活動、コンプライアンスの取り組み

林兼産業グループは、持続可能な未来社会実現のために、環境と社会、地域社会に配慮した事業活動を実施致します。こうした活動を通じて社会的な責任を果たし、お客様や地域社会の皆様の期待に応えていきます。こうした取り組みは、林兼産業グループ全社ではなく、当社製品のユーザーを含めたパートナーとの協働活動を目指して推進していきます。

① CSR活動の取り組み

- ・ 食品リサイクルの推進
- ・ 事業活動に伴う環境への負荷
- ・ 地域社会との共存共栄

② コンプライアンス経営の徹底

行動憲章

1. 私たちは、お客様へ安全な製品とサービスを提供します。
2. 私たちは、お客様の声を大切にし、お客様の満足と安心が得られるように最大限の努力をします。
3. 私たちは、法令を遵守するとともに、高い倫理観をもって事業活動を行います。
4. 私たちは、自然環境の保全に積極的に取り組みます。
5. 私たちは、良き企業市民として積極的に社会貢献活動を行います。
6. 私たちは、従業員一人ひとりの人権を尊重して公正に処遇し、職場環境の向上に努めます。
7. 私たちは、国際社会の一員として行動し、関係地域の発展に努めます。

中期経営計画策定にあたって

経営ビジョンと重点戦略

事業別アクションプラン

経営目標



	中期経営計画「プラス2012」		
	2010年3月期 (計画)	2011年3月期 (計画)	2012年3月期 (計画)
売上高	53,000	54,000	56,000
営業利益	700	1,000	1,200
営業利益率	1.3%	1.9%	2.1%
経常利益	500	800	1,000
経常利益率	0.9%	1.5%	1.8%
変動費	39,500	40,400	42,100
固定費	13,000	12,800	12,900

単位:百万円

設備投資・減価償却費

	中期経営計画「プラス2012」		
	2010年3月期 (計画)	2011年3月期 (計画)	2012年3月期 (計画)
設備投資合計	772	273	1,609
食料品事業	321	132	1,152
飼料事業	421	89	440
その他	30	52	17
減価償却費	790	823	894

単位:百万円



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>