



平成20年5月16日

各 位

会 社 名 伊藤ハム株式会社
代表者名 取締役社長 河西 力
(コード番号 2284 東・大)
問合せ先 広報・IR部
細見 忠
(電話 0798-66-1231)

伊藤ハムグループ 新中期経営計画(2008~2010年度)策定についてのお知らせ

当社では、危機的な経営状況から速やかに脱却するために、「経営体質の改善」「企業体力の回復」を目的とした「伊藤ハムグループ再生プラン」(2006年9月~2008年3月)に全社一丸となって取り組んで参りました。

その結果、2008年3月期決算において業績目標について計画を達成することが出来ました。

そしてこの再生プランが終了する本年、当社は創業八十周年を迎えます。

そこで、このような節目をチャンスと捉え、新たなる決意を持ってさらなる業績の拡大と、確固たる経営基盤の確立にチャレンジすることといたしました。

以上のことから、2008年4月より3年間を対象期間とする「伊藤ハムグループ 新中期経営計画」を策定しましたのでお知らせいたします。

【企業理念】

1、使命

伊藤ハムグループは価値ある商品・サービスを提供することで、健全な生活の基盤となる「食べる」ことの喜びや楽しさ、大切さを伝えていきます。

2、経営姿勢

- ・コンプライアンス(企業倫理の遵守)を徹底し、透明性の高い経営を行うことで、社会から信頼される企業を目指します。
- ・お客様に「安全」で「安心」な商品をお届けします。
- ・環境にやさしい企業活動を推進します。
- ・社員は会社の大切な財産です。能力主義・成果主義を重視し、何事にもチャレンジする活力ある職場を目指します。

【経営ビジョン】

1、「経営品質の高い会社を目指します。」

コンプライアンス(企業倫理の遵守)を経営の基本とし、コーポレートガバナンスを確実に実現することにより企業の永続性を図るとともに、地球環境に配慮し、社会に貢献できる企業を目指します。

2、「利益ある成長を続け、企業価値の最大化を図ります。」

食肉事業と食肉を中心とした加工食品事業を強化し、シナジー効果の見込める成長分野へ積極展開するとともに、海外市場での販路拡大を推進することにより新たな成長を目指します。さらにローコスト経営を推進することで、外部環境に左右されない利益体質を確立します。

3、「チャレンジ精神の高揚と活力ある企業風土作りを目指します。」

機能的で効率的な組織により、ムダを省きスピードを重視する経営を行います。人材の育成、能力開発を促進するとともに、人事の流動化を図り、活力ある企業風土を醸成します。

【経営環境の現状分析】

1、マクロ環境

わが国経済は米国経済の減速もあり先行き不透明な状況で、食市場についても人口減少時代の到来に加え、高齢化の進展による一人当たりの消費量の減少もあり、長期的に縮小することが考えられます。

さらには、新興国の需要拡大、人口増や原油価格の高騰、代替エネルギー問題等から発生した様々な食料資源や鉱物資源の高騰により、今後も原材料の調達コスト上昇が続くことが予想されます。

2、市場環境

高齢化のみならず、単身世帯の増加や女性の社会進出等による「消費者構造の変化」により、食の外部化がますます進行し、調理食品や惣菜といわれる中食市場の拡大が見込まれます。このような「消費チャンネルの変化」や「消費者ニーズの多様化」に供給側のスピーディーな対応が求められています。また、消費者の「安全・安心・品質」への意識の高まりを受け、高度な「品質管理・安全確保」が求められ、違反行為に対する企業責任はますます増大することが予想されます。

3、競合環境

食の市場全体の停滞が続いている中、販売数量の増加は見込み難しく、企業間競争はますます激化しています。このような状況下、ブランドを強化し差別化を図るとともに、成長分野への積極的進出や、国内市場の成熟化という観点から、海外市場を新たな販路とすることで市場の拡大を求める動きが明確になっています。加えて、国内生産体制の効率化や安定的な原料調達体制を構築することでコストダウンを図りコスト競争力を高める取り組みが必要です。

【基本戦略】

新中期経営計画は「収益力の強化と成長への基盤作り」をテーマに、3つの基本戦略から構成されています。

1、「コア事業の競争優位の確立」

食肉事業と加工食品事業を強化することにより、外部環境に左右されない利益体質を確立します。

2、「成長分野への積極展開」

シナジー効果の見込める成長分野と海外市場での展開を推進し、新たな成長を目指します。

3、「経営品質の向上」

持続的な企業価値向上を図るとともに、社会に貢献できる企業を目指します。

【業績目標】

単位：百万円

	2011年3月期(計画)	2008年3月期	3ヵ年平均伸び率
売上高	550,000	517,950	2.0%
営業利益	10,000	6,107	17.9%
売上高営業利益率	1.8%	1.2%	
経常利益	11,000	6,867	17.0%
売上高経常利益率	2.0%	1.3%	
当期純利益	5,500	4,395	7.8%

【事業戦略】

1、ハム・ソーセージ事業

ハム・ソーセージの消費量は停滞が続いており、国内生産量も減少傾向にあります。このように競争が激化し企業の淘汰が予想される中、商品開発力・マーケティング力強化によりコンシューマー商品におけるシェア率1を目指します。また、市場ニーズへの対応力を強化するために、チャネル別営業体制に販売組織の再編を行います。さらに在庫を持たない営業拠点体制を推進することで在庫総量やロスを削減するとともに、戦略的拠点配置を実現し、販売の効率を上げコストの低減を図ります。製造部門においては国内生産拠点の再構築と、WTO、FTAなど制度改正を視野に入れたグローバルな調達体制を構築することにより、製販一体となって競争力のある商品提案を行います。

2、調理加工食品事業

食の外部化の進行により、中食・外食などへの業務用商品の需要の高まりが見込める分野ですが、競争も激化しています。従って消費者ニーズにマッチしたスピーディーな商品開発や、業務用チャネルの専門性を向上をさせることで提案力を強化し、得意先1パートナーを目指します。さらに自社商品においては選択と集中を徹底するためにアイテムの統廃合を実施し、海外調達拠点の拡充や国内協力工場の活用を行うことで、最適供給体制を構築し、コスト競争力を強化します。

3、食肉事業

消費者は、食の安全・安心を最も重視しており、品質管理・安全確保のさらなる向上にむけ、ISO22000の認証取得等を促進し、安全・安心な商品供給体制を強化していきます。

国内事業においては、協力農場との提携拡大によるインテグレーションの強化を図り、消費者の国産回帰に対応するとともに、こだわりのブランド戦略を構築することにより差別化を推進し、収益力確保を目指します。

海外事業においては、海外自社生産ビーフのビジネスモデルを見直し、日本市場重視から海外市場での販売拡大に対応した生産体制を構築することにより収益の拡大を図ります。

コスト競争力を上げるために、不採算工場の見直しや営業拠点の統廃合を行うことで合理化を推進します。

4、その他事業

再生プランから引き続き、ノンコア事業及び不採算事業からの撤退・縮小を継続し、コア事業とのシナジー効果の見込める事業分野へ積極的に展開を進めていきます。

【経営施策】

1、生産拠点の再編

加工食品事業におけるあるべき生産体制に向けて、国内生産拠点の再構築を行います。

第1ステップとして、「新関東工場（仮称）」の建設による東日本エリアの生産拠点の再編を目指します。新関東工場は2010年度着工、2012年度の稼働を計画しています。

将来的には、東西に基幹工場を建設し、その2ヶ所を中心に補完する工場を衛星的に配備し、細長い日本の国土に対応します。

2、組織の再編

加工食品事業の組織を生産・販売が独立した機能別組織から製販一体の組織に再編します。商品別組織とすることで、生産から販売までのトータル利益管理を行い利益の最大化を図るとともに、消費者視点でのスピーディーな商品開発に繋がります。また、今後の成長事業と捉えている海外市場への進出を製販一体となって強力に推進していきます。

3、海外戦略

国内市場の成熟化という観点から、海外市場を新たな販路と捉えて事業を展開して行きます。ハム・ソーセージにおいては、現在中国で展開している北京・上海地区に続き順次販路を拡大して行きます。ASEAN地域においてはまずは、タイ（バンコク）を中心に百貨店・スーパーでの小売販売に取り組みます。

食肉においては海外自社生産ビーフの販売網の拡大策として、豪州国内はもとより、韓国・米国・中国・タイなどにも販路を広げていきます。また、和牛対外輸出についても、米国・カナダ・香港を中心に販売量の拡大を図ります。

4、社会的責任の遂行

CSRの更なるレベルアップを目指し、コンプライアンスの徹底、品質の向上、安全性の絶えざる追及を行います。また、「環境」「食育」等、食を通じた社会貢献を実践することにより社会との共生を図ります。

5、経営透明性の確保

コーポレートガバナンスの強化を図るべく、経営責任と執行責任の明確化を行うとともに、内部統制の確実な構築・運用を図り、ステークホルダーへの適時・適正な情報開示を行います。

6、活力ある企業風土の醸成

役割・貢献に応じた公正な処遇を反映する人事制度を推進し成果主義の浸透を図ります。また、人材育成制度の整備により個々の能力開発を図るとともに、次世代を担う人材を育成します。さらに減点主義を排除し、高い目標にチャレンジする風土作りと、誉める文化を醸成することで、社員の意欲、情熱を喚起します。

【事業別売上目標】

単位：百万円

	2011年3月期(計画)	2008年3月期	3年平均伸び率
ハム・ソーセージ	137,000	128,236	2.2%
調理加工食品	81,000	75,221	2.5%
食肉	297,000	277,457	2.3%
その他	35,000	37,035	-1.9%
合計	550,000	517,950	2.0%

以上