

事業概況

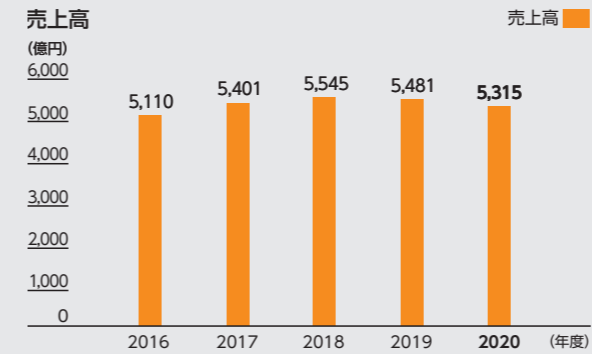
食肉事業

食肉バリューチェーンの創造と拡大のもと、課題に真摯に向き合い、真因を見極めて改善することにより、持続的な成長を目指していきます

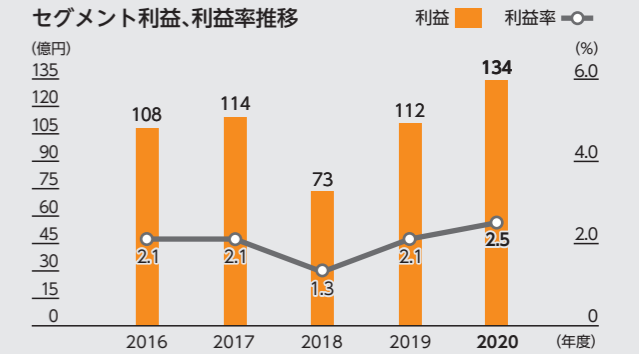


取締役上席執行役員
グループ食肉事業担当
若木 孝優

売上高 **5,315** 億円



食肉事業セグメント利益 **134** 億円



市場環境・強み・機会とリスク

市場環境

- 世界人口の増加、気候変動リスクや家畜伝染病の感染拡大、新型コロナウイルス感染症による生産や物流への影響等を背景とする、食肉の安定供給に対する危機感の高まり。
- 高齢化・人手不足への対応および少人数世帯・共働き世帯に合わせた商品開発ニーズの高まり。

強み

- 全国でルートセールスを行う営業拠点、中・外食チャネルの専門営業部隊を保有する幅広い販売網。
- 輸入食肉：自社輸入を通じて深めた海外パッカーとの信頼関係と、オリジナルブランド商品による安定的な調達力。
- 国内食肉：自社農場・処理拠点の拡充と、協力農場や有力畜産農家との長年の信頼関係による集荷力。
- 三菱商事グループの国内外のネットワークを活用した情報の発信と提案力。

機会とリスク

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、供給と需要の両面で市場環境や市況の変動幅が拡大。
- EUや中国ではASF（アフリカ豚熱）、日本国内ではCSF（豚コレラ）の感染拡大が収まらず、疾病リスクが増大。
- TPPや日欧EPA・TAGなどによる自由貿易協定が広がる中、中長期的には輸入の豚肉・牛肉にとって追い風。
- 世界的なノンミート（植物肉等）の普及等、新たなたんぱく源が市場を拡大。
- 高齢化社会による働き手不足や働き方改革等によって、人件費や物流費が増加傾向。
- 高齢化・世帯人員減少やライフスタイルの変化により、時短ニーズや簡便商品の需要が拡大。

2020年度の振り返り・2021年度の取り組み

2020年度の振り返り

家畜伝染病とコロナ禍により国内外の食肉調達が不安定な中、幅広い調達網と臨機応変な対応で安定的な調達を実現。また外食チャネルの落ち込みと家庭内需要の高まりを背景に、チャネル別の対応力を強化し、利便性・簡便性、時短ニーズ商品の開発で収益強化を図りました。さらにIT投資による営業活動のサポートや、オンラインを駆使した動画研修を展開しました。

2021年度の取り組み

変化やリスクに強い事業構造へ

- 伊藤ハム・米久の商品調達部門と戦略部門を統合。両社の人材と商品を融合させ、相乗効果を生み出します。組織はこれまでの国内食肉本部・海外食肉本部に、食肉生産本部を加え、3本部体制とします。
- 十和田市と周辺町村より十和田食肉センターの資産をIHミートパッカーが継承し、近隣地域にて牛豚の畜産事業を拡大しています。
- IHミートソリューションにて、北海道エリアに、既存の札幌パックセンターに加え、新たに石狩パックセンターを稼働させ、商品供給体制を強化します。
- アイテムが多く規格が複雑な国産牛豚肉について、規格管理用のDXツールを開発します。また、基幹システムについては2024年度中に刷新を図る予定です。

持続的な成長に向けた今後の戦略

サステナビリティへの取り組み

- サステナビリティ委員会で策定したマテリアリティを重視し、経営課題の解決に取り組みます。

販売力と調達力の継続的な積み上げ

- 「食肉バリューチェーンの創造と拡大」を方針に掲げ、具体的施策として「生産事業の拡大」と「最終実需家到達力の強化」に取り組みます。
- 川上である生産事業を拡大して供給量を太くするとともに、川下である最終実需家への営業力を強化することで、販売量の増加と利益率の向上を推進します。

収益力の積み上げ

- オリジナルブランドを展開することで高付加価値商品として販売し、収益拡大を図ります。
- 家庭内需要の高まりを背景に、利便性・簡便性など消費者ニーズに合った商品を開発することで、収益率の向上を目指します。

生産性・効率性の改善

- DXを推進し、AIなどの活用によって、事務作業などの生産性・効率性を高めます。
- スタッフ部門では、在宅勤務やスライドワークを活用し、働き方改革を推進するための環境整備や制度変更を進めます。

人材育成・教育

- 人事政策および体系的な育成プログラムを実践することで、次世代を担う人材開発・育成を進めます。
- 採用においては、新規採用に加え、中途採用を部門別や子会社別に進めます。

コンプライアンスを最優先とした事業活動

- コンプライアンスを最優先とした事業活動を継続します。

実績と課題

実績

- 量販店向け販売が伸長し、中食・外食が新型コロナウイルス感染拡大の影響で売上減少するも利益は前年を上回った。
- 海外事業は採算重視の販売と経費削減に努め、利益は前年を上回った。
- 経営統合以来、過去最高利益額134億円を達成。

課題

伊藤ハム・米久の両事業会社を軸とした組織体制から食肉事業という戦略セグメント組織体制に10月から移行してグループ戦略を一体的に実行し、どれだけのシナジー効果を出せるかが課題。

新型コロナウイルス感染拡大の中での取り組み

- 事業運営：従業員の健康管理を実施するとともに、すべての事業所において感染防止策を徹底しています。
- スタッフ部門：在宅勤務を推進し、ペーパーレス化や捺印の電子化などの取り組みを行っています。
- 生産／営業の各事業所：感染防止策を徹底し、クラスター発生リスクの低減に努めており、農場・処理場・加工場や事務所等、それぞれに適した対応を実施しています。
- 販売：外食チャネルの需要が減少し、巣ごもり消費が増加する中、マーケット状況の変動に合わせた営業活動を展開。スーパーの売り場の活性化を目指し、商品提案とメニュー提案を強化しています。また、家畜伝染病と新型コロナウイルス感染症の影響等によって供給不安が続く中、安定的な供給を行うため、仕入れ先との連携を進めています。