

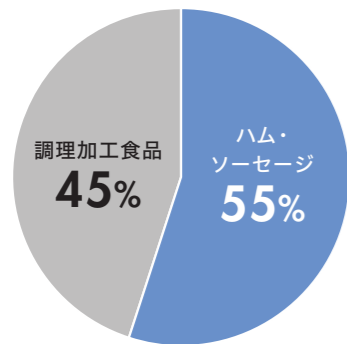
「利益率向上」と「売上拡大」に向けた
取り組みの両輪を回し、加工食品事業の
持続的成長につなげていきます。



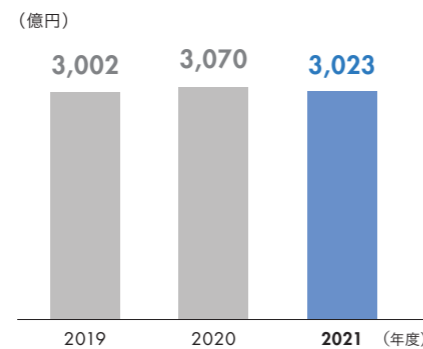
取締役常務執行役員
加工食品事業本部長
伊藤 功一



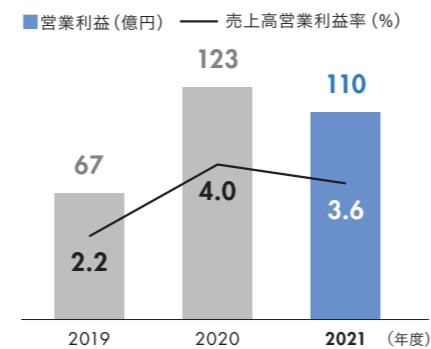
●商品区分別売上構成比



●売上高の推移



●営業利益・売上高営業利益率の推移



※「収益認識に関する会計基準」等を2021年度連結会計年度の期首から適用しています。

市場環境への認識

当社グループを取り巻く市場環境は、人口減・少子高齢化により国内食料消費量は減少傾向にあります。少人数世帯や女性の就労率の増加により、「簡便」などの加工食品へのニーズが高まると考えています。また、withコロナ・afterコロナを基本とした購買行動が定着していくと予想しています。サステナビリティやエシカルを意識した消費

者層の拡大、ESGやSDGsなどの社会的要請の高まりにより、消費に対する価値観が多様化、細分化、個別化し、それを起点とする新たな購買動機が見受けられる状況になっていくと考えられます。さらにDXやEXも一般化していくため、より効率的で環境負荷の少ない事業運営が求められていくと認識しています。

当社グループの強み

- 長年培われたブランド力
- 高い技術に裏づけされた商品開発力
- 幅広い商品ラインアップ
- 国内全エリア・チャネルへの販売網、物流網

機会

- 食の簡便化、個食化、中食、新たな食料品ニーズの拡大
- 信頼性を軸とした安全・安心な食品供給の社会的要請
- 従業員が活躍できる職場環境整備
- 環境配慮型商品製造への要請
- 成長する海外市場

リスク

- 世界的なインフレによる原材料コストアップが継続する不透明な環境
- 少子化によって人材確保が深刻化し、事業施設での人手不足が発生
- 感染症や家畜疾病などによる工場の稼働停止、原料調達不安定化

2021年度の実績と課題

収益性改善と成長促進に向けて

2021年度は、原材料価格やエネルギー価格の高騰など厳しい事業環境のもとではありましたが、家庭用新商品やロングライフ商品、常温保存商品の投下によって、更なる商品ラインアップの拡充に注力しました。新コマース（The GRAND アルトバイエルン・ギフト）を投下したことでユーザー認知度の向上も図り、家庭用商品の市場シェアは着実に伸ばしました。

また、サステナビリティへの対応の一環として、「The GRAND アルトバイエルン」などの巾着形態商品のパッケージを環境配慮型へ順次切り替えています。これにより、プラスチック使用量の削減、CO₂排出量の削減、加えて物流・流通などでの省スペース化も実現しています。

さらに、伊藤ハムと米久それぞれのブランド価値を再定義し、商品ポートフォリオの整備を行い、市場・お客様への対応力の強化を実施するとともに、工場老朽化対策を含めた設備投資を推進することで、コスト競争力向上への取り組みを強化しました。

今後は、著しく変わる経営環境に適切に対応しながら、事業領域の拡大および事業ポートフォリオの構築や入れ替えをスピーディに実現していくことが重要であり、いかに収益性改善と成長促進につなげていけるかが課題と考えています。

2022年度の戦略と取り組み

戦略組織体制で 全体最適を推進する組織へ

コロナ禍における消費行動の変化やデジタル化の加速など、急速に変化し多様化する消費者ニーズや価値観への対応が求められています。まずブランド力強化と多様性への対応強化として、伊藤ハムと米久それぞれのメーカーブランドを強化し、「定番商品」「オンリーワン商品」の育成に注力します。また、さまざまなお客様とのコミュニケーションを活性化するため、デジタルマーケティングをさらに強化します。調理加工食品については、事業領域の更なる拡大を推進します。おいしさの追求と伸ばす商品の育成に注力し、お客様に喜んでいただけるラインアップの拡充を目指します。具体的には大豆ミートや冷凍食品など、新たな商品開発、チャネル開発に努めていきます。

収益性の改善・向上については、これまで全社を挙げた合理化を推進してきましたが、原材料価格などの高騰による負荷をすべて吸収することは困難であるため、価格改定を実施し、工場再編など、最適な生産・物流体制を構築することで原価低減の取り組みを強化します。また、成長する海外市場における拠点強化と構築に注力し、事業拠点間のシナジー効果を創出します。人事施策や立体的な育成プログラムにより、海外事業を経営・執行できる人材の育成も行っています。

FOCUS!

「中期経営計画2023」の目標達成に向けた4つの取り組み

●重点テーマ① 経営基盤の強化

2022年4月より加工食品事業本部を設置し、グループ戦略の一体化、制度統合による適切な人材配置や人材の活性化、デジタル戦略の推進に取り組んでいます。

●重点テーマ② 収益基盤の強化

生産拠点再編をスタートさせ、「夢工場」の再建に着手しています。

●重点テーマ③ 新規事業・市場への取り組み

他社との積極的な協業や新たな原料の活用により、技術革新・商品価値向上に取り組んでいます。

●重点テーマ④ サステナビリティへの取り組み

巾着形態商品のパッケージを環境配慮型に変更し、プラスチック使用量や温室効果ガス排出量の削減に取り組んでいます。



詳しくは23ページへ