食肉事業

2022年度の成果

- 内部構造改革と世界的な食肉価格上昇を追い風に、ANZCO FOODSが大幅増益。食肉事業全体の業績を牽引し、3年連続で史上最高益を達成。
- 牛処理施設新設など大型設備投資を実行中。生産事業の拡大・最適化を目指し、生産・処理マージンの拡大と自社製品としての高付加価値化を推進。
- ANZCO FOODSによるオーストラリアヘルスケア事業の買収を実現。

市場環境への認識

原材料価格やエネルギー価格の高騰、世界的なコンテナ物流の混乱、慢性的な人手不足によるコスト上昇など厳しい経営環境が続く中、国内では新型コロナウイルス感染症が5類に移行となり、行動制限の緩和に伴う人流回復によって、外食需要が回復するなど持ち直しの兆しが見られます。また、食肉生産においては、アニマルウェルフェア対応や温室効果ガス削減などの課題がありますが、それらの改善活動を推進し、サステナビリティへの取り組みを強化していくことで、健やかで豊かな社会の実現に貢献することが本事業本部の重要な責務と認識しています。

➤ 当社グループの優位性

- 国内外での事業展開によるバランスの良い事業ポートフォリオと幅広い商品ラインアップ
- 全国に展開する販売網を活かした最終実需家への強い販売力
- 自社輸入を主体とする海外調達力
- 海外事業における基礎収益力

➤ 機会

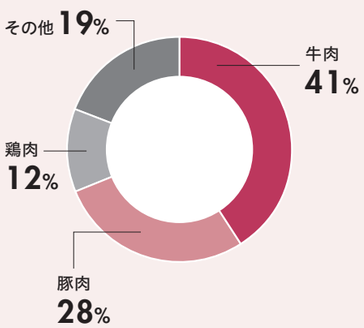
- 世界的な人口増加による培養肉や代替肉へのニーズの高まり
- 人手不足やライフスタイルの変化など、需要家や生活者のニーズの変化に伴う未加熱食肉加工品の需要拡大

➤ リスク

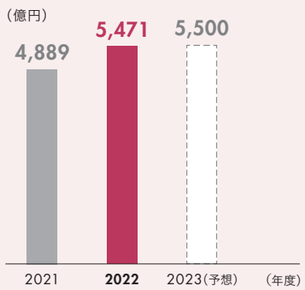
- 中長期的な国内の人口減少と少子高齢化による国内市場の頭打ち
- 家畜の疾病や気候変動による生産事業への影響
- 世界的な人口増加に伴う食糧需要増加による食肉調達の不安定化
- 労働力人口の減少による人手不足
- 後継者不足などによる農家の減少

Highlight

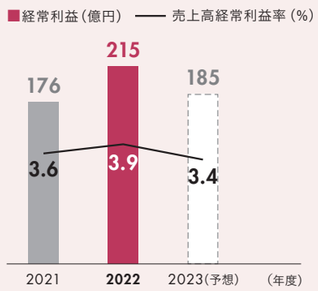
商品区分別売上構成比



売上高の推移



経常利益・売上高経常利益率の推移



※2022年度より、セグメント区分を商品単位から組織単位に変更し、それに伴い2021年度実績も遡及し同条件での数値に変更しています。
※2023年度より、組織再編に伴い、セグメント区分を一部変更しています。
※億円未満は四捨五入。

Management Message

効率的でフラットな体制へと組織再編。新体制にて、グループ一体での競争力を強化し、統合効果を最大化します。

取締役常務執行役員
食肉事業本部長
堀内 朗久

2022年度の実績と課題

国内では、輸入食肉の調達価格の高止まりなどにより販売数量は減少しましたが、国内事業全般における販売単価の上昇、行動制限の緩和に伴う外食向け販売の回復などにより売上高は増加しました。利益は輸入鶏肉および輸入牛肉の仕入価格上昇を販売価格に反映しきれず減益となりました。海外では、ANZCO FOODSが内部構造改革を推進し、基礎収益力が向上したことに加え、米国をはじめ堅調な食肉需要を受け販売価格が上昇したことから、売上高、利益ともに増加し3年連続史上最高益となりました。新規事業への取り組みでは、ANZCO FOODSによるオーストラリアヘルスケア事業の買収などがあり、既存事業と親和性の高い周辺事業に領域を拡大することで新たな収益の柱を確立します。また、サステナビリティの取り組みとして、当社グループで策定したアニマルウェルフェアポリシーに則り、「妊豚舎を新築・改築する際、妊娠ストール方式を廃止し、群飼方式もしくはフリーストール方式の飼育方法とする」方針を策定しました。家畜の快適性に配慮した飼養管理を通じてアニマルウェルフェアの向上に努め、生命を尊重した生産・調達活動を持続的に推進することは私たちの重要な責務です。また、ANZCO FOODSの主力工場でボイラーの熱量削減により石炭使用量を削減するなど、環境負荷低減に取り組みました。

2023年度の戦略と取り組み

収益基盤の強化として大型の設備投資を実行しており、サンキョーミートでは2023年4月より従来の有明、霧島に加え、伊佐ミートプラントの稼働を開始しています。IHミートパッカー十和田ミートプラントでは、牛の処理、カット場を新設し、2024年3月稼働を予定しています。現在稼働している施設は、豚の処理、加工に特化させることで、牛、豚ともに処理頭数の増加を計画しています。このように、サンキョーミートを中核とする南九州事業を拡大すると同時に、東日本でも十和田ミートプラントを基点とし川上事業を強化します。核となる拠点を遠隔地に複数保有することは、疾病や災害などのリスク分散の観点からも重要です。現在、サンキョーミートは国内最大規模の輸出処理施設を有し、世界48の国と地域への輸出許可を取得しています。新たにビーフパックセンターが2023年8月より稼働しており、お客様のニーズに対応したスキンパック包装（冷凍）や小分割でのチルド輸出などの商品展開を進めるとともに、80以上の国および地域に牛肉や羊肉を出荷するANZCO FOODSの販売網も活用し、海外の販路拡大につなげます。また、ブランドミートの販売拡大や、食肉の加工度を上げて新たな価値を付加した「未加熱食肉加工品」を創造するなど、利便性、簡便性といったお客様のニーズをとらえた商品展開に注力します。

さらに、培養肉の食用化を目指す「培養肉未来創造コンソーシアム」への参画を通じ、環境・食料問題の解決や未来の食の提案への貢献を推進するとともに、アニマルウェルフェア対応として全社統一のガイドラインの策定や、農場従業員に対してのアニマルウェルフェア研修などを予定しています。食肉バリューチェーンを最適化した製販一体の管理を進め、同時に事業を通じて社会的責務を果たすことで、持続的な利益創出と社会貢献が可能な仕組みを構築し、グループの価値を最大化させていきます。