

健全な財務体質を維持しながら、 戦略的な成長投資を実施していきます。

2019年度の業績とその要因について

2019年度の業績は、食肉事業については取引先別の収益管理を徹底し、無理な販売を抑制したことに加え、適正在庫を維持する販売政策に変更してきた結果、利益率が向上しました。また、加工食品事業については、香薫あらびきポークウインナーやサラダチキンなどの重点商品の売上伸長などが要因となって安定した収益を上げるとともに、コンビニエンスストア向けの商品を製造・販売しているプライムデリカ(株)の売上げも好調に推移しました。

2020年に入って世界的に拡大した新型コロナウイルス感染症の影響については、いわゆる“巣ごもり需要”によって家庭用加工食品の売上げが大きく伸長した一方、業務用加工食品や高級食肉の販売が鈍化しました。

その結果、全体の売上高は4,180億60百万円(前期比1.2%増)、営業利益は156億36百万円(前期比18.7%増)、経常利益は159億59百万円(前期比15.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は88億23百万円(前期比6.5%増)となり、増収増益を達成できました。また、営業キャッシュフローは223億円のプラスで、有利子負債は減少しました。

コロナ禍によって手元流動性に対する懸念が高まっていますが、当期の現預金残高は139億円で、昨年度と比較しても十分な水準となっています。また、2020年3月末に150億円のコミットメントラインを設定しました。このことから現在の財務体質は健全であり、手元流動性についても問題はないと考えています。

既存事業を強化するとともに グローバル展開も検討

当社は、中期経営計画の基本方針のひとつとして「既存事業の領域拡大および収益基盤のさらなる強化」を掲げ、成長投資を加速させています。

食肉事業では引き続き養豚事業に力を入れ、2030年までに400億円程度を投資する予定です。また、加工食品事

業では、かねてから建設を進めてきた茨城工場のハム・ベーコンプラントが2019年4月に竣工しました。このプラントはハム・ベーコンなど月間2,500トンの生産能力を誇り、品質管理・衛生管理体制を強化するとともに、最新設備による効率化、省エネルギー化を図っています。今後は、ほかの工場においても老朽化対策を含めた効率化と省エネルギー化を進めていく方針です。

また、さらなる収益の増加を実現していくには、既存事業の拡大に加えて、成長市場に向けた事業創造とグローバル展開も必要になると考えています。すでに取締役会や経営会議においては、M&Aなどを活用した事業拡大や海外展開などの議論も始まっており、好機を逃さず機動的なM&Aを実現するために前述のコミットメントラインを活用していくことも検討しています。

環境保全に配慮した設備投資にも引き続き注力していきます。すでに茨城工場では太陽光発電システムなどを導入して環境負荷の低い生産体制を敷いているほか、新たに超高压処理技術(HPP)(→P.25)を導入し、商品の長鮮度化による食品ロス削減にも取り組んでいます。また、養豚事業では2022年夏の出荷開始を目指している宮城県の新農場で、アニマルウェルフェアおよび臭気対策、消音を実現するなど、社会環境に配慮したモデルケースとして設計しています。

資本コストを意識した収益基盤のさらなる強化と 営業キャッシュフローの拡大を

戦略的な成長投資に向けて生産工場や養豚事業などに積極的な投資を計画していますが、継続的にROE10%以上を達成するためには、投資判断のハードルレートである資本コストを上回る効率的投資であることが重要です。投資の入り口では、ROICやNPVなどの財務指標を導入し投資を厳選しているほか、業績変動を想定した複数のシナリオ分析を実施し、投資実行後の継続的PDCAにつなげています。また、毎年実施するグループ会社レビュー制度でも



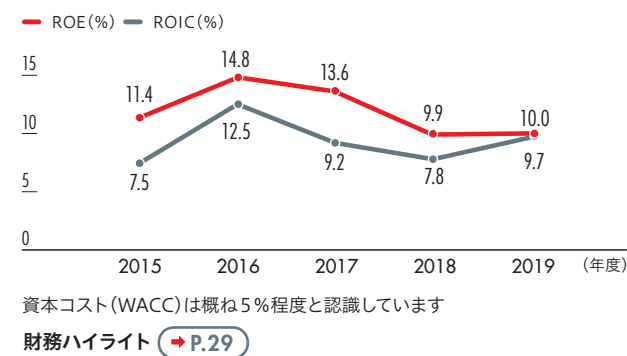
専務執行役員
人事部分掌 経財部分掌
総務・広報部分掌
内山 高弘

ROICやROEなどの財務指標と資本コストとの比較検証、モニタリングを実施しています。特に、当社と一体となって製造・販売を担うグループ会社においては、連結損益ベースで投資効率を検証することで営業現場での資本コスト経営への理解推進やグループ最適化の実現に向けて取り組んでいます。

さらに、財務戦略の一環として概ね5%程度と認識している資本コストの適切な維持・低減に向けて、外部格付けの取得による資金調達多様化や自己資本比率40%以上を維持することで負債コストをコントロールしていきます。加えて、当社では長年にわたる主要商品の販売拡大と生産部門の効率化が実を結び、安定的に年間200億円超の営業キャッシュフローを創出できる力を持っています。そこで将来投資への資金創出や株主還元を充実させるべく、安定的に営業キャッシュフローを創出・拡大するキャッシュコンバージョンサイクル(CCC)を検証し、原料調達から製造、販売までの資金回収期間を継続的にモニタリングするとともに、グループ内の資金活用の最適化を実施しています。

また、配当方針については当社中期経営計画においてフ

ROE・ROICの推移



リーキャッシュフローを原資に配当性向30%以上の目標を掲げており、2019年度の年間配当は60円、配当性向は34.2%となりました。2020年度も年間配当は60円、配当性向33.9%を計画しております。

今後も安定配当の維持を軸としながら、連結業績、戦略的成長投資を総合的に勘案しつつ、さらに株主還元を強化できるように財務体質を強化していきます。

人的資本、ブランド力、技術など 非財務資産への投資も積極的に実行していく

こうした成長のためには優秀な人材の確保と育成が不可欠であるとの考えから、人的資本への投資にも力を入れています。そのひとつである海外留学制度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で一時的に中断していますが、従業員をドイツの食肉加工メーカーに派遣してマイスターの資格取得を目指す製造実習は継続実施しています。

また、これまでは食肉の調達担当者を除いて、語学力や海外の知識が必要とされる業務はあまりなかったのですが、将来的にはグローバル展開を強化していく可能性が高まっています。そこで、従業員をアメリカの食肉調達部隊やカナダのハイレブ社に派遣することで、業務の一環としてグローバル人材を育成しています。コロナ禍の影響は残るものの、人的資本への投資については従来と基本方針に変更はなく、引き続き力を注いでいきます。

さらに、安全・安心でおいしい商品やサービスを提供するために欠かせない「技術」に関しても、第二の柱になるような商品、新商品をつくるための研究開発にも注力していきます。