

食肉
事業

“日本のトップクラスの養豚企業”を目指して 組織変革と商品強化に取り組んでいきます

プリマハムグループは、「2018～2020年度中期経営計画(ローリングプラン)」において、国産豚肉のインテグレーション事業を食肉事業の中核事業と位置づけ、2030年までを見据えた肉豚生産事業の拡大計画をスタートさせました。この計画について、食肉事業本部長の矢野雅彦が説明します。



常務取締役
食肉事業本部長
矢野 雅彦

「VISION2030」プロジェクトを発足し 食肉事業の“未来のあるべき姿”を検討

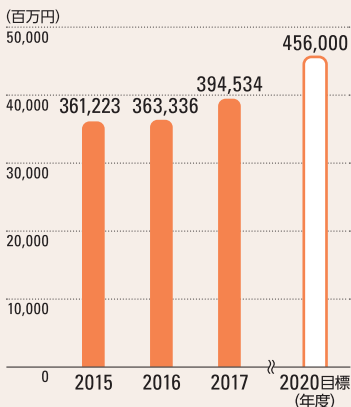
2017年度は、各畜種ともに積極的なオリジナルブランド商品を拡販し、得意先の新規・深耕開拓に取り組んだ結果、食肉事業の業績は好調に推移しました。

この勢いを発展させていくために、当事業の成長戦略を描く「VISION2030」プロジェクトを発足し、若手・中堅メンバーを中心に未来のあるべき姿を議論しました。そのなかで出てきたのが、当事業の強みである「国産豚肉インテグレーション」を中核事業に“日本のトップクラスの養豚企業となる”という目標でした。

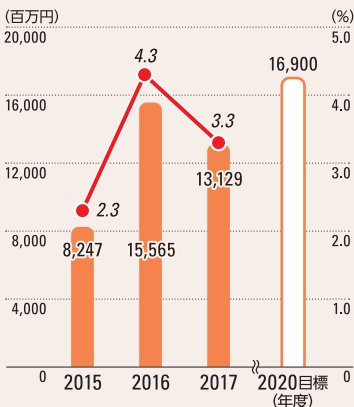
これを具体化するため、2018年4月1日付で国産豚肉インテグレーション事業をけん引する「食肉生産事業部」を新設し、大きく2つの施策を打ち出しました。

プリマハムグループの業績推移

■ 売上高



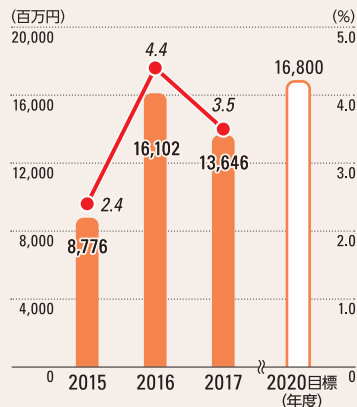
■ 営業利益



●● 営業利益率

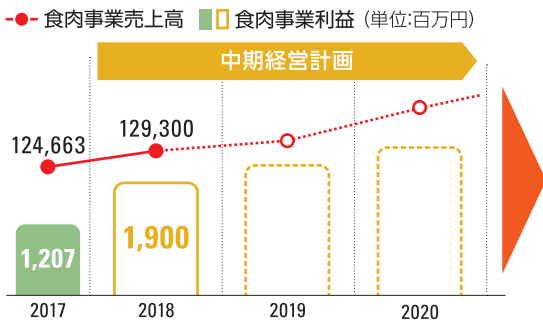


■ 経常利益



●● 経常利益率





VISION2030

施策

- 新規牧場開発
- 既存牧場の設備更新と規模の拡大
- 牧場の買収
- 国産豚肉のブランド化(新ブランドの開発)
- 生産効率化のための種豚、飼料の開発(AIの活用など)

農場の“新設・拡張・M&A”を通じて 国産豚肉インテグレーションの川上を強化

日本トップクラスの養豚企業になるためには、川上部分の強化が不可欠です。そのため養豚農場の「新設」「拡張」、さらには「M&A」に取り組んでいます。

その一例が、持ち株比率が約25%であった(有)かみふらの牧場と(有)肉質研究牧場を子会社化したことです。国内の養豚業界は、個人農家をはじめ中小規模の農家が多く、大手企業のシェアが伸びているとはいえ、上位10社の合計で全体の2割もありません。今後は大手による寡占化が進むと予想されるため、いち早く施策を講じる必要がありました。

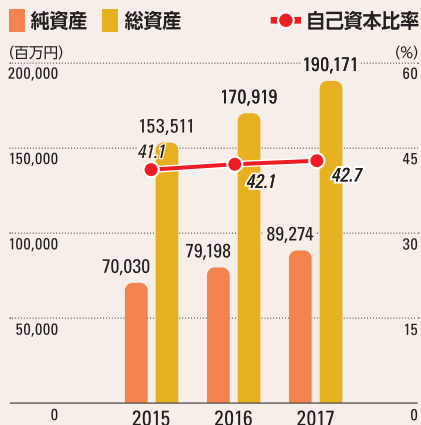
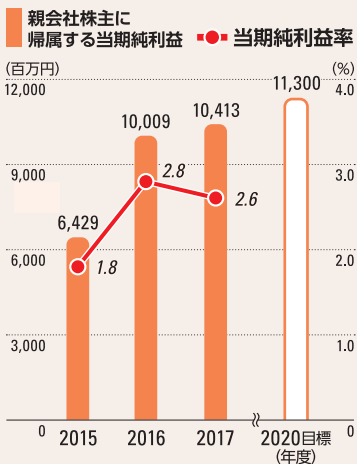
また、将来性がある養豚企業のM&Aにも取り組み、ジャパンミート(株)と(株)ユキザワを買収しました。

肉の品質で勝負し、ブランド価値を上げ 川上から川中、川下まで存在感を高めていく

商品については、食肉オリジナルブランドだけではなく、量販店様に納めているプライベートブランドも含めて、お客さまに納得いただける“肉の品質”を追求し、ブランド価値を高めていきます。

こうした取り組みを通じて食肉事業の川上から川中、川下までを一元管理し、事業全体の収益安定化と事業領域の拡大へとつなげていくつもりです。さらに現在、プロジェクトの第2弾として「生産」「物流」「販売」についても見直しをしています。

「VISION2030」の達成に向けて、存在感を発揮しながら、日本を代表する養豚企業を目指していきます。これからのプリマハムにご期待ください。



セグメント別売上構成比 (2017年度)

その他事業 0.1%
4億91百万円

