



平成27年3月30日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 極 洋
代 表 者 名 代表取締役社長 多田 久樹
(コード番号 1301 東証第一部)
問 合 せ 先 企 画 部 長 木山 修一
(TEL 03-5545-0703)

次期中期経営計画『バリューアップ・キョクヨー2018』について
(2015年度～2017年度)

株式会社極洋は、2015年4月から2018年3月に至るまでの当社グループ中期3ヵ年経営計画を策定いたしましたのでお知らせいたします。

I. 現中期経営計画 (2012年度～2014年度) について

現在の中期経営計画『パワーアップキョクヨー2015』は、「キョクヨーグループの優位性を強化、拡充し、安心・安全で競争力のある商品の提供により、グループ企業価値の最大化を実現する」ことを基本目標に進めてまいりました。この計画期間において、家庭用冷凍食品事業への本格参入、クロマグロ完全養殖事業の進展、冷蔵倉庫事業の城南島事業所の開設など事業を拡大し、また海外販売子会社2社を新たに設立するなど、海外市場の販路開拓も積極的に行いました。さらに課題であった冷蔵運搬船事業は船隊編成のスリム化、グループ組織再編により効率化を進め、収益の安定化を図りました。

こうした施策により、売上高は目標数値を達成する見込みではあるものの、円安による原料高や加工コストの上昇、また海外まき網事業における魚価の低迷や入漁料の高騰といった事業環境の変化もあり、利益は目標数値に届かない見込みであり、課題を残すこととなりました。

II. 社会環境について

我が国では、人口減少とそれに伴う世帯あたり人数の減少や高齢化の進行が進み、労働力の不足とともに、国内マーケットは縮小傾向となってきました。このような社会環境は、生産や消費の状況を大きく変化させることが想定されます。

また、デフレ経済からの脱却を目指した成長戦略と 2020 年の東京五輪に向けた国民の高揚感の一方で、輸入コスト、商品価格の上昇といった企業経営における収益圧迫要因は増加してくるものと思われます。

水産、食品に関しましては、世界的な水産物需要が引き続き拡大することにより、水産資源管理の強化や、社会的要請としての食品表示への対応などが必要となってきました。

海外においては、中国をはじめとする東南アジアなどの新興国は、経済発展により消費地としての存在感が一層増してくることが考えられます。

さらに、ステークホルダーを含む社会からの経営に対する評価も厳しさを増しており、ガバナンス、企業価値、株主価値等を意識した経営が求められています。

III. 次期中期経営計画（2015 年度～2017 年度）の基本方針について

『魚に強い総合食品会社として、収益基盤の安定と変化への対応力を高め、新たな価値を創造する企業を目指す』

当社は現中期経営計画期間において家庭用冷凍食品事業に本格的な参入を行うなど、事業の裾野を広げつつありますが、今後は「魚の極洋」として、水産商事事業を一層拡大し、当社の事業基盤を確固としたものにする一方で、業務用及び家庭用の冷凍食品、常温食品といった加工食品事業の拡大・強化のスピードを早め、収益の安定化を進めることが重要となります。

次期中期経営計画は、『バリューアップ・キョクヨー 2018』と名付け、東京五輪開催年度である 6 年後(2021 年 3 月期)のあるべき姿として、売上高 3,000 億円、営業利益 60 億円を想定した上で、3 年後の 2018 年 3 月期を中間到達地点として取り組んでまいり

ます。

さらに、財務体質の強化を図り、自己資本比率の向上、キャッシュフローの改善、成長分野への利益の再投資に取り組むとともに、環境に配慮した経営の徹底、コンプライアンスの強化等を通じて企業価値の向上に努めます。

また、配当については当面は安定配当を継続しつつ、中長期的な利益成長による配当水準の向上を目指します。

IV. 3つの戦略について

基本方針を達成するために、現中期経営計画の『グローバル戦略』『シナジー戦略』を更に進化させるとともに、お客様目線を意識した付加価値商品を提供するため、新たに『差別化戦略』を加え、3つの戦略として取り組んでまいります。

1. グローバル戦略

国内マーケットの拡大を更に進めるとともに、世界的な水産物需要、和食の世界遺産登録、円安トレンドを背景とした海外販売戦略を強化します。

また供給側面においても、東南アジアを中心に海外生産拠点の分散・拡大を進めてまいります。

2. シナジー戦略

調達から加工、販売までのグループネットワークを基盤として、グループ企業間で補完し合い、総合力を発揮していくことで極洋グループ全体規模の拡大・利益の最大化を図ります。

また、グループ外のステークホルダーとも相乗効果が発揮できる取組みを行ってまいります。

3. 差別化戦略

シーマルシェブランドやだんどり上手シリーズの取扱い強化により、当社ならではのこだわりを持つ商品の拡充を進めるなど、お客様目線を意識した付加価値商品の開発・提供による差別化を図り、「安心、安全、おいしい、健康」をキーワードに、新たな価値を

提供してまいります。

V. セグメント別施策

1. 水産商事事業

水産商事事業においては、引き続き水産物についての豊富な経験と国内外サプライヤーとの持続的な関係強化により、質の高い水産物の安定供給維持に努めます。また国産魚など取扱い魚種の拡大、付加価値品の製造・販売、さらにグループの海外拠点の拡充と海外マーケットの積極的な開拓を行います。

2. 冷凍食品事業

冷凍食品事業においては、業務用冷凍食品に加え、家庭用冷凍食品の拡大により、事業規模の拡大を進めます。また、水産商事事業との協業による原料から加工・販売まで一貫体制の強化、2015年度竣工の塩釜新工場を活用した即食食品など付加価値商品の製造・販売、更には生産拠点の最適化を図るべく、東南アジアを中心とした海外生産拠点の分散・拡大なども進めてまいります。

3. 常温食品事業

缶詰事業においては、独自性のある商品の開発を進め、ECサイトを積極的に活用するなど、事業規模を拡大していきます。

珍味加工品事業においては、商品開発力・提案力をアップさせ、アイテムの拡充を図るため、グループ全体で効率的な生産体制を構築してまいります。

4. 鰹・鮪事業

加工販売事業においては、国内外生産拠点の整備拡充と、海外への販路を広げてまいります。

海外まき網事業においては、所有船舶の効率的な運航に努めるとともに、鮮度を重視した凍結処理を実施することなどにより、付加価値品の生産に努めます。

養殖事業においては、「本鮪の極」の更なるブランド力強化に努め、クロマグロ完全養殖の事業化に向けて安定供給体制を構築していきます。

5. 物流事業

冷蔵庫事業は、安定貨物の確保及び拡大を図るとともに、物流事業の再構築により、事業拡大とコスト削減を目指します。

冷蔵運搬船事業は、年間契約航路の確保により安定収益維持に努めます。

VI. 数値目標

最終年度（2018年3月期）数値目標

売上高	2,600億円
営業利益	50億円
経常利益	50億円
海外売上高比率	10%
ROE（自己資本当期純利益率）	10%超
自己資本比率	30%
D/Eレシオ（有利子負債資本倍率）	2倍以内

[2018年3月期セグメント別計画数値]

(単位：億円)

セグメント	水産商事	冷凍食品	常温食品	鰹・鮪	その他	合計
売上高	1,220	820	200	330	30	2,600
営業利益	24	10	5	11	0	50

以上