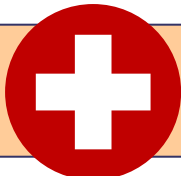
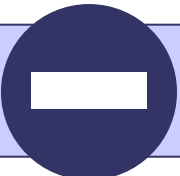


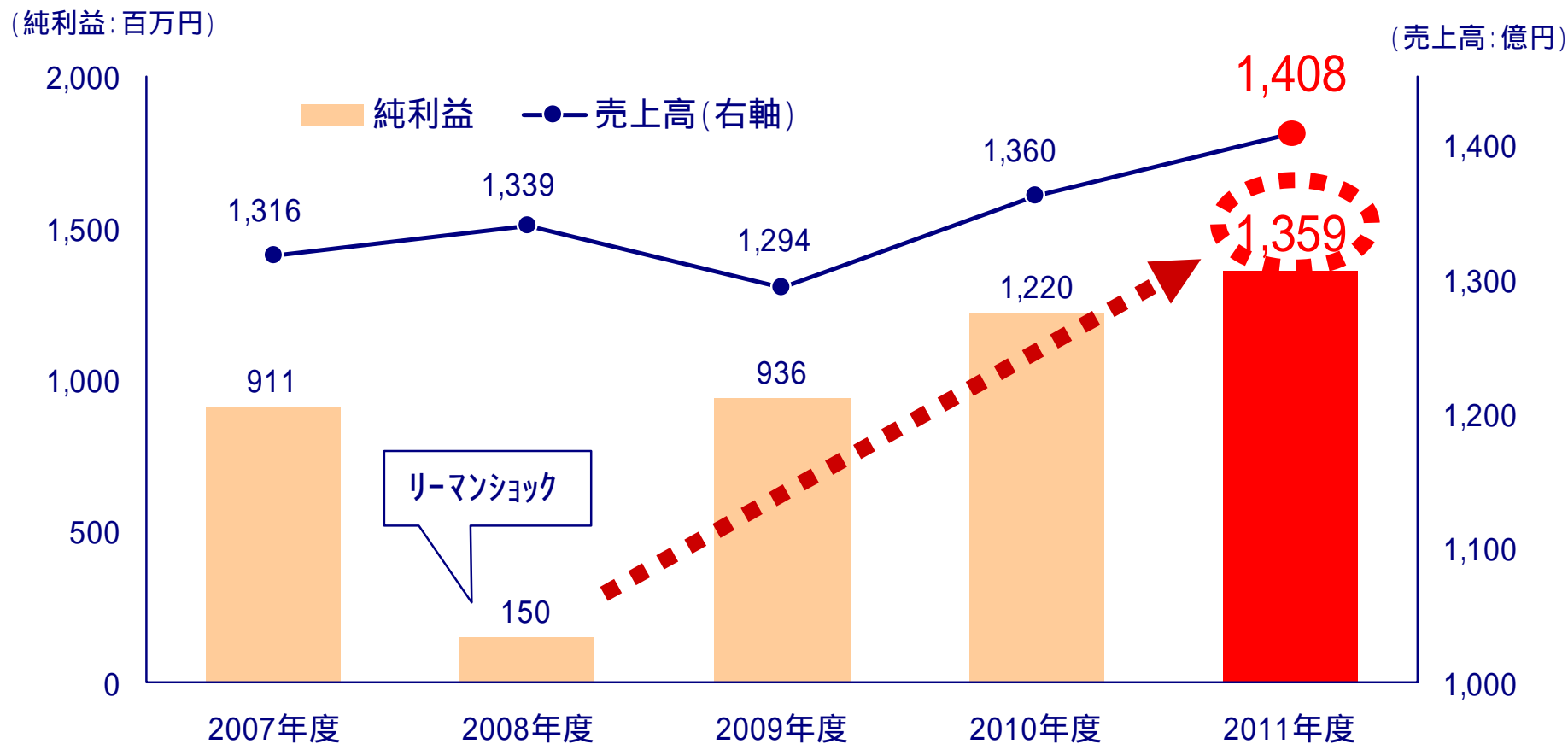
2011年度 決算説明資料

yonekyu

業績に影響を与えた要因

	 プラス要因	 マイナス要因
外部要因	<p>大震災直後の需要増と特売の減少 為替が大幅な円高で推移 前半は総じて国産食肉相場高 主原料価格が若干低下</p>	<p>大震災関連特別損失を計上 セシウム問題で牛肉売上が減少 羊腸価格が上昇 輸入鶏肉価格が年末以降下落</p>
内部要因	<p>加工品・食肉販売数量を増加 営業要員を増強 プロイラー処理羽数を増加 [株式売却益を計上]</p>	<p>販売数量増に伴い物流費が増加 コンシューマ品拡販で広告費増 関係会社売却損 [資産除去債務会計基準適用]</p>

通期業績(売上高・純利益)の推移



中経基本戦略を着実に遂行

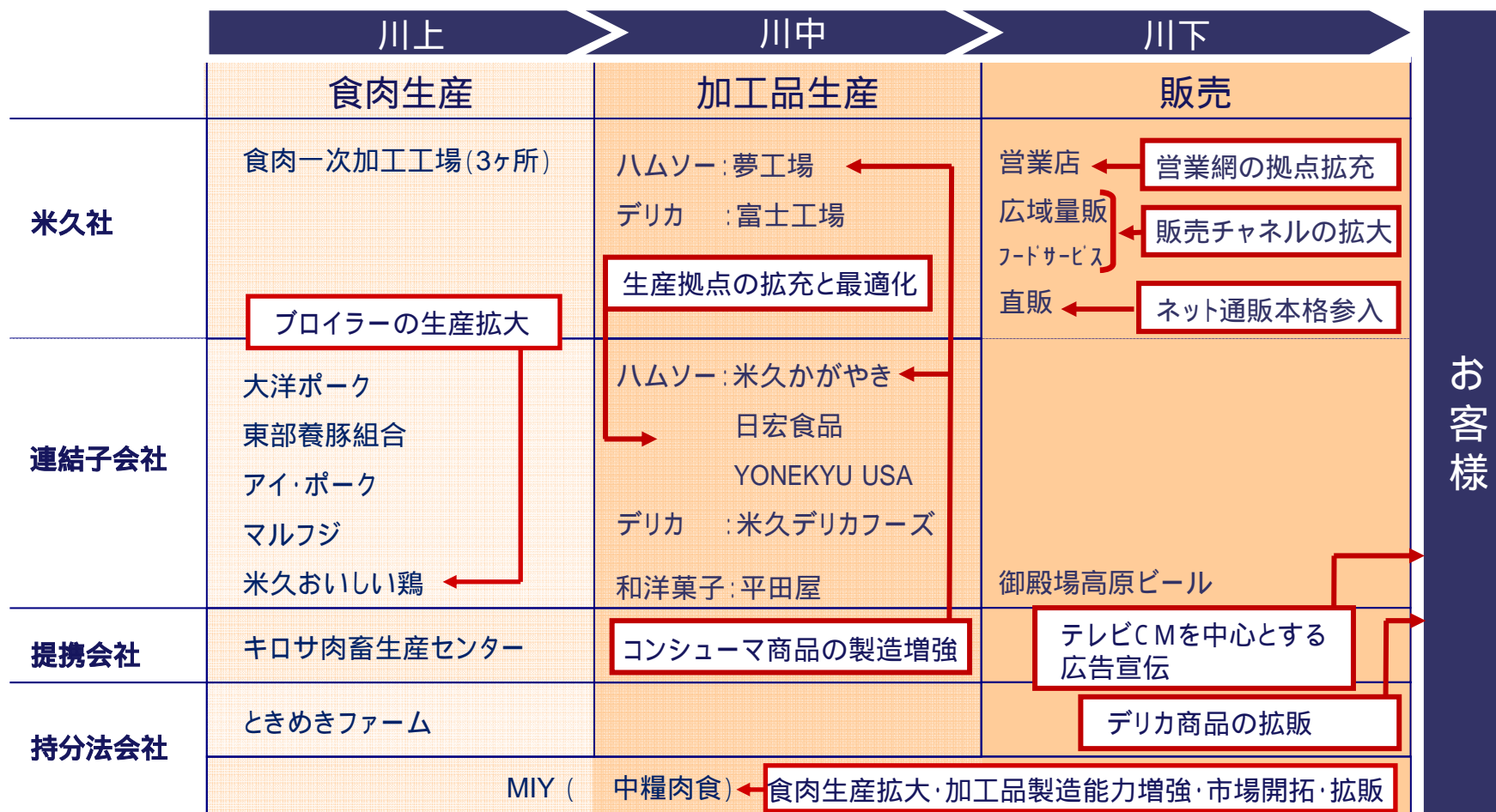
前期までの沿革

- 1969年 2月 「米久畜産販売サービス(株)」として設立
- 1978年 7月 社名を「米久(株)」に変更
- 1986年 10月 店頭市場に株式を公開
- 1991年 10月 中国工場を設立(業界初)
- 1994年 9月 地ビール事業に参入(業界初)
- 1995年 7月 米国に日本向けソーセージ専用工場を建設(業界初)
- 1996年 10月 東京証券取引所1部に上場
- 1999年 6月 三菱商事・日本農産工業とときめきファーム(株)を設立
- 2002年 9月 雪印食品(株)の関東工場を取得し生産能力が倍増
- 2007年 1月 米久東伯(株)を設立し東伯農協より鶏肉関連事業を譲受
- 2007年 5月 筆頭株主が麒麟麦酒(株)から三菱商事(株)に異動
- 2008年 2月 子会社の米久ベンディング(株)を譲渡
- 2009年 1月 伊藤ハム(株)、三菱商事(株)と包括業務提携契約を締結
- 2009年 2月 中国子会社「南通富士美食品有限公司」を譲渡
- 2009年 2月 タイの「CP - Yonekyu Co., Ltd.」の持分を譲渡
- 2009年 4月 中国子会社「如皋米久食品有限公司」を譲渡
- 2009年 6月 冷凍デリカ製品製造のアンゼンフーズ(株)を完全子会社化
- 2009年 12月 子会社のチムニー(株)を譲渡
- 2009年 12月 子会社ヤマキ食品(株)を(株)セブンフードサービスに統合
- 2010年 9月 アイ・ホーク(株)を完全子会社化、豚の集荷加工事業を取得
- 2010年 9月 埼玉南支店を新設し、首都圏営業力を強化
- 2010年 11月 広島県に大洋ポーク(株)を設立し、養豚事業に参入
- 2011年 2月 米久東伯(株)とおいしい鶏(株)を合併、米久おいしい鶏に

最近の主な取組み

- 2011年 3月
直販事業部を新設、ネット通販への本格参入を表明
- 2011年 3月
開発事業部を新設、マーケティング力を強化
- 2011年 3月
子会社の米久デリカを米久かがやきに統合
- 2011年 3月
アンゼンフーズとセブンフードサービスを統合し米久デリカフーズに
- 2011年 6月
三菱商事、伊藤ハムと中国食肉事業への参画を発表
- 2011年 9月
四国初の営業拠点である四国営業所を開設
- 2011年 10月
ネット通販本格参入、専用の自社サイトを開設
- 2012年 2月
鹿児島県に南九州営業所を開設、同エリアの営業力を強化
- 2012年 2月
米久デリカフーズ(株)が(株)大龍より中華冷凍惣菜事業を取得
- 2012年 4月
首都圏事務所を開設、50名体制でお客様への対応力を強化

バリューチェーンを拡大



生産農場を有する事業

販売チャネルの拡大

新規営業拠点を開設、販売地域拡大と顧客対応力を強化

・四国営業所

所在地 香川県綾歌郡

開設時期 2011年9月

・南九州営業所

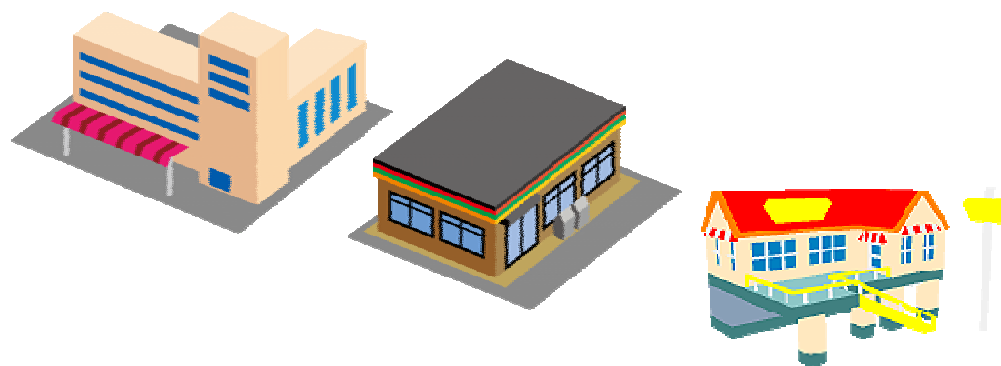
所在地 鹿児島県鹿児島市

開設時期 2012年2月

・首都圏事務所

所在地 東京都港区

開設時期 2012年4月



自社サイトを開設、ネット通販事業に本格参入

開設時期

2011年10月3日

サイト名称

yonekyu-eshop

アドレス

<http://www.yonekyu-eshop.jp/>



コンシューマ商品の増強

ソーセージを拡販、主力コンシューマ品を増加

・当社ソーセージの主力コンシューマ商品群



広告宣伝を積極展開

放映エリア 中京地区及び静岡県

放映期間 2011年11月～2012年1月

対象商品 御殿場高原あらびきポーク

商品特徴 あらびき豚肉に当社オリジナル塩「島の粹塩[®]」使用
ワンランク上のまろやかな旨味と手頃な価格設定



デリカ商品の強化

業務用、コンシューマ用のいずれも拡大

・数量を伸ばしたデリカ商品群

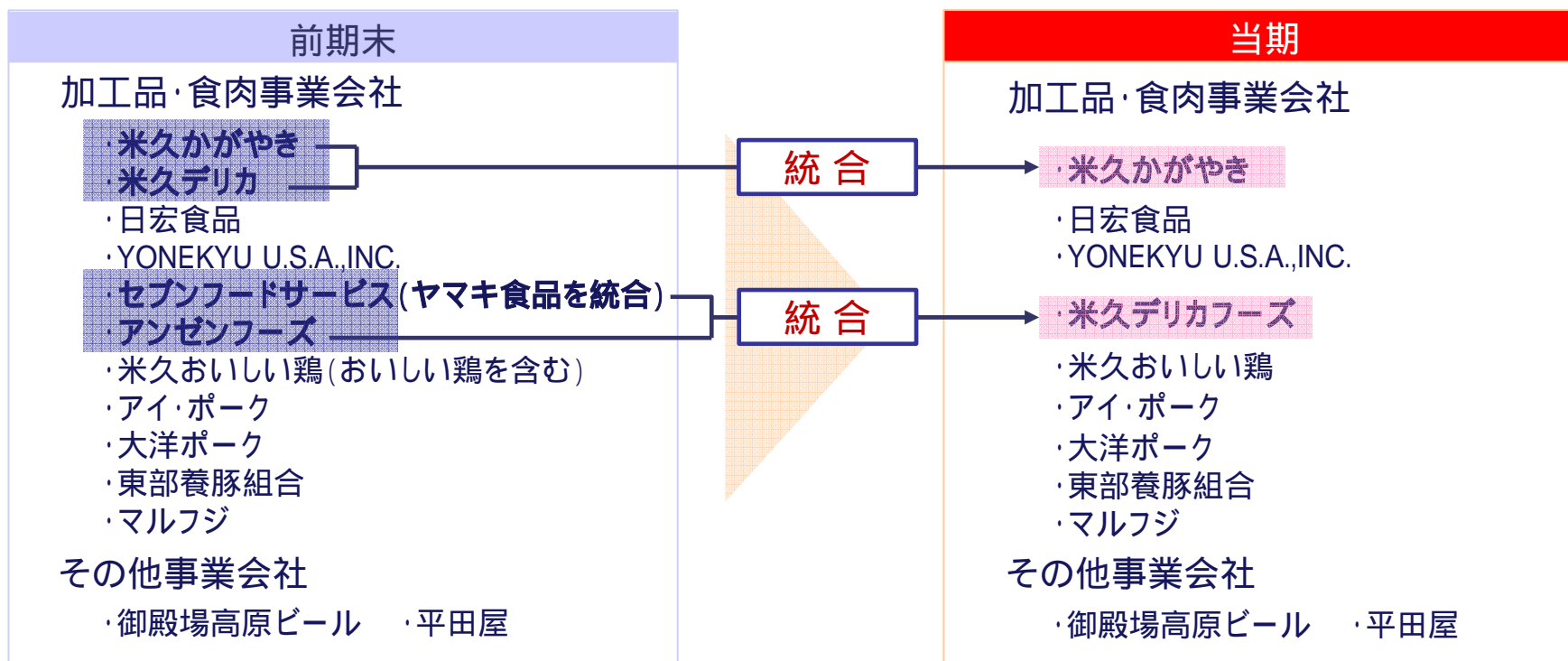


本年2月に中華惣菜の大龍事業を取得



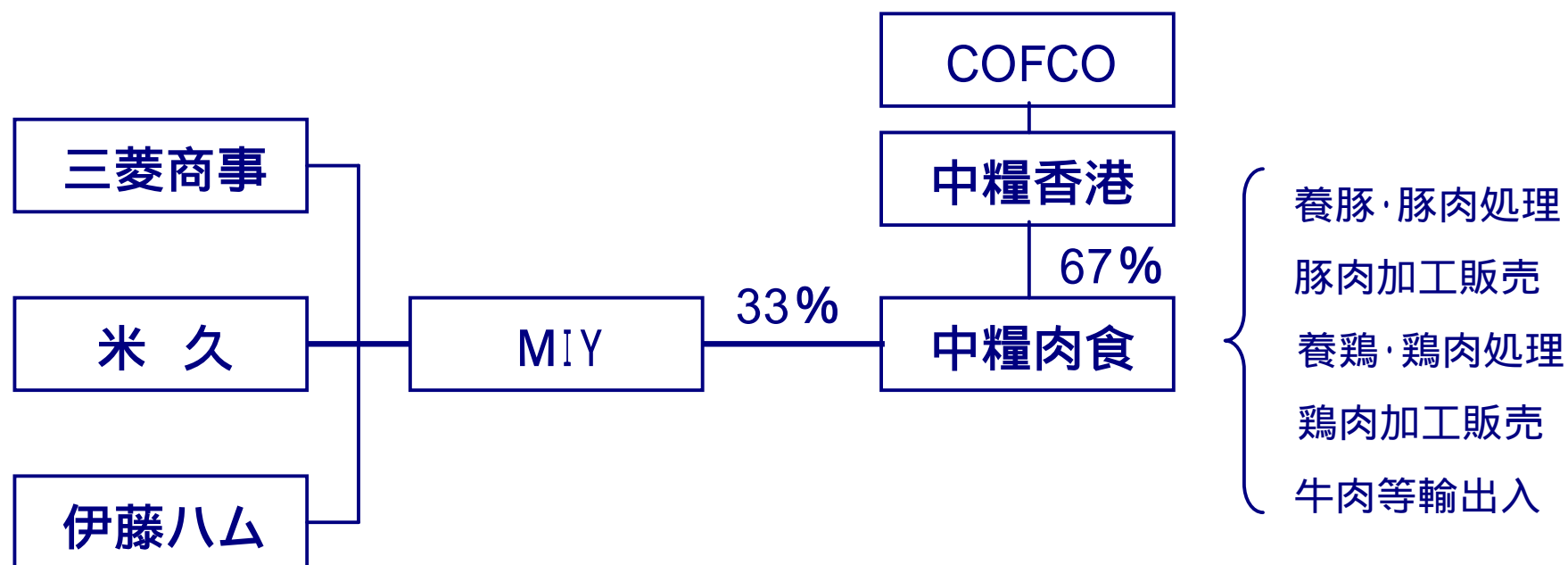
経営管理体制の強化

連結子会社を再編、前期末13社 11社へ

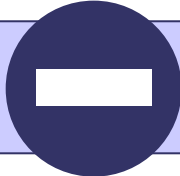


総合的取組み：中国の食肉事業に参画

2011年8月：三菱商事、伊藤ハムと合併の投資会社に出資



2012年度業績への影響要因

	 プラス要因	 マイナス要因
外部要因	加工品 <u>主原料価格</u> が安定 <u>輸入鶏肉相場</u> 下落影響の解消 <u>国産食肉相場</u> の改善(下半期) <u>前期</u> の資産除去債務、 災害に係る損失解消	加工品 <u>羊腸価格</u> の上昇 為替の <u>円安</u> <u>国産食肉相場</u> の悪化(上半期)
内部要因	<u>コンシューマ</u> 商品販売数量増 <u>牛肉</u> 売上の回復 <u>ハムソー</u> 子会社増産 <u>デリカ</u> 子会社増益	<u>中国事業</u> の設備投資拡大による 初期負担 <u>前期</u> の有価証券売却益の解消

上期、通期業績予想

(単位:百万円、%)

	上半期			通期			
	2012予想	前年同期比	増減	2012予想	2011実績	前期比	増減
売上高	78,000	114.5	9,900	160,000	140,796	113.6	19,204
営業利益	1,000	105.3	50	3,100	1,717	180.5	1,383
経常利益	940	87.9	130	3,000	2,018	148.7	982
純利益	450	61.2	285	1,450	1,359	106.7	91

企業スピリット

感動を創る

経営理念

私たちは食の歡びを創造し、
人々に豊かなくらしをお届けします