

2005年11月4日 中間決算説明会

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

加工食品と低温物流が牽引し増収・増益を実現 ～ 2006年3月期の事業戦略進捗～

(2871)

株式会社ニチレイ

【お問合せ先】

広報IR部 横山一樹

: 03-3248-2235

E-mail: yokoyamakz@nichirei.co.jp

URL: <http://www.nichirei.co.jp/ir/index.html>

目次

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

水産・畜産は減額修正するが0.5 / 3比増収・大幅増益見込	1	【低温物流事業の戦略】	
		営業利益は地域保管が大きく牽引し当初見込み達成	8
【加工食品事業の戦略】		物流ネットワークはTCが順調、運送の拡大が課題	9
加工食品は増収に加え原価の低減が計画通りに進捗	2	地域保管はマンパワーコスト比率低下が採算改善に貢献	10
商流費の見直しは利益貢献のないルート群から着手	3	地域密着営業の成果で在庫量回復は業界以上のペース	11
新カテゴリー戦略で業務用が高水準の売上伸長を維持	4		
国内工場の操業度改善・コストダウンが採算改善に寄与	5	【参考資料】	
		データ集	12
【水産事業・畜産事業の戦略】			
水産は営業損失幅が拡大、畜産は目標引き下げ	6		
水産事業の課題解決に向けて3ステップで取り組む	7		

注：当資料のグラフ・表などで表示されている数値は、別途断り書きがある場合を除き、金額単位表示未満は四捨五入し一部で端数調整のため切り上げ・切り捨てを行っている。

水産・畜産は減額修正するが05 / 3比増収・大幅増益見込

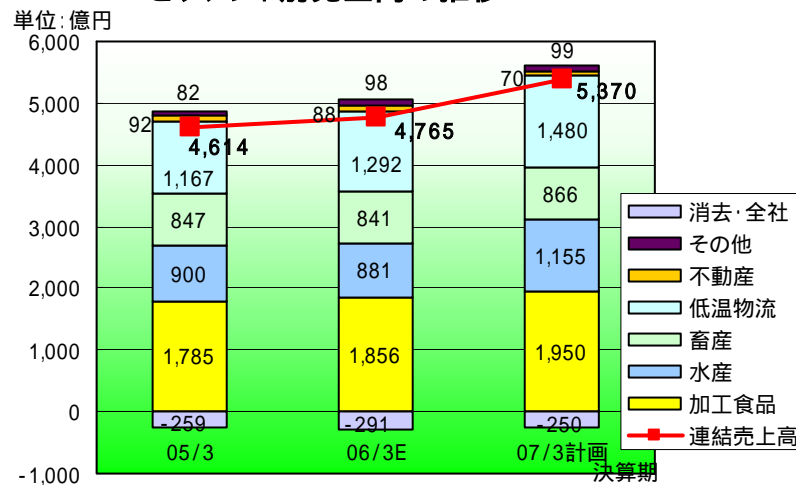
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

目標数値(連結、億円未満切り捨て):				
	05 / 3実績	06 / 3前回見込	06 / 3目標	05 / 3比
売上高	4,614億円	4,818億円	4,765億円	103%
営業利益	134億円	163億円	155億円	115%
経常利益	128億円	157億円	150億円	116%
当期純利益	58億円	73億円	67億円	114%
有利子負債	1,119億円	1,000億円以下	1,000億円以下	89%

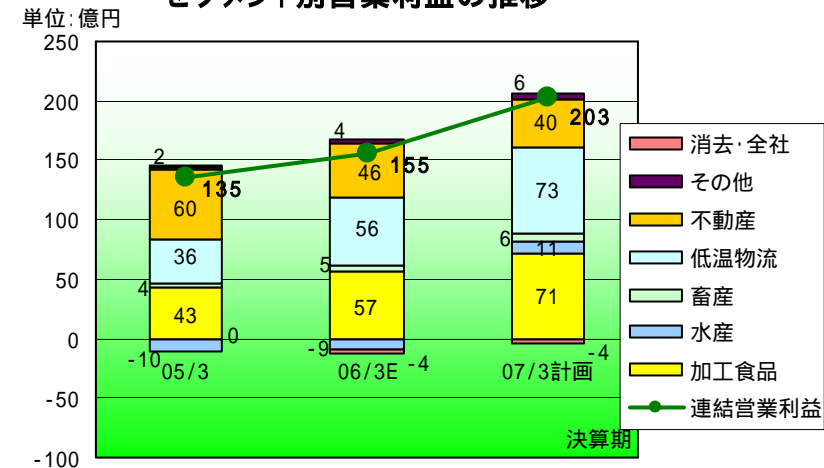
06 / 3前回見込は8月2日に発表したもの

1. 売上高は、水産が取扱絞り込みから当初目標を引き下げるが、加工食品は計画線上で推移しており、全体では05 / 3比3%の成長を確保する。
2. 営業利益は、水産の取扱絞り込みによる営業損失幅拡大と、畜産の計画外の損失在庫整理により通期目標を8億円引き下げるも、05 / 3比では15%増益の見通し

セグメント別売上高の推移



セグメント別営業利益の推移



加工食品事業の戦略

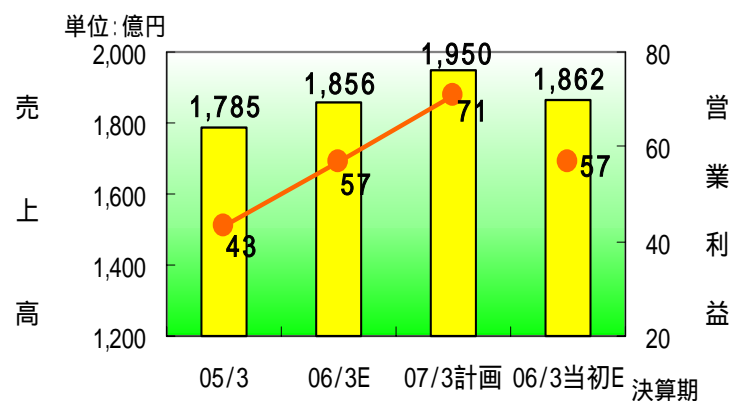
< 加工食品事業の戦略 >

加工食品は増収に加え原価の低減が計画通りに進捗

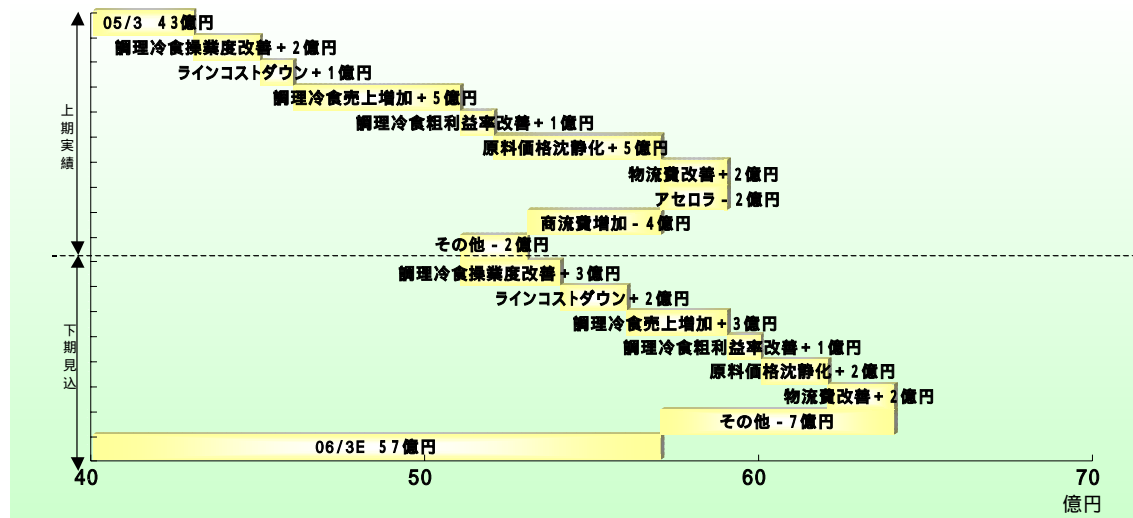
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 加工食品は増収効果に加え、操業度改善、コストダウンなどが増益に大きく寄与
2. 家庭用調理冷食はチキン加工品や「ミニハンバーグ」が伸び増収を確保、06 / 3通期では当初見込みの売上成長1%以上を達成へ、「お弁当にGood!」シリーズは新商品の不振で伸び悩む、下期にTVCMを投入しテコ入れを図る
3. チキン加工品が牽引して高水準の売上げ伸長を続けている業務用調理冷食は、下期に惣菜向け新商品を追加し引き続き拡大策を推進、通期では05 / 3比7%増を目標とする
4. 05 / 9の商流費は家庭用の特売増加と業務用の積極的な拡販策で当初計画を大幅に超過したが、下期は個別ルート毎に採算を把握し費用対効果を見極め支出を抑える
5. アセロラは9月にTVCMを投入、下期に「アセロラビタミンC」を拡販する

加工食品事業の売上高と営業利益推移



加工食品事業営業利益の対前期比増減要因



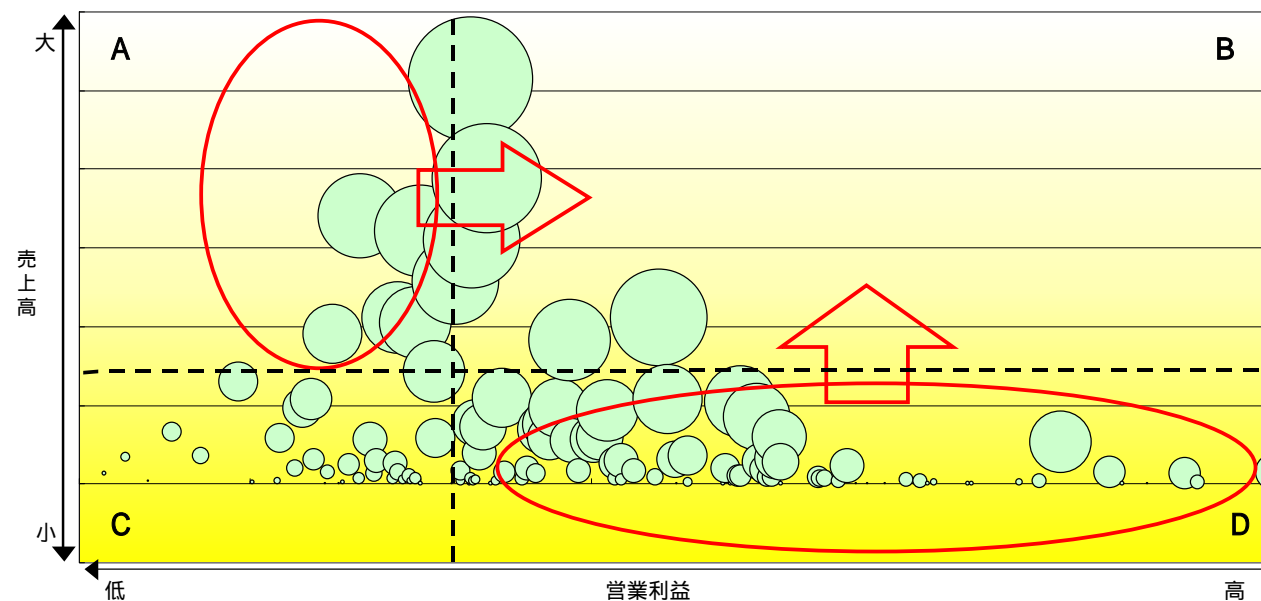
商流費の見直しは利益貢献のないルート群から着手

1. 家庭用調理冷食の販売ルート別採算把握は次の手順で実施する

各販売ルートを売上高の規模と営業利益率で4つの領域にグループ分けする
利益率の低い領域Aと領域Cを中心に販促条件や特売頻度を見直す、同時に下記の施策を実施し領域B(売上高が大きく、かつ利益に貢献する)へ移行する

- 領域Aに関しては、販売商品の組み合わせを見直す
- 領域Cに関しては、取引継続の可否を検討する
- 領域Dに関しては、商圈分析に基づき当社の得意アイテムの品揃え及びプロモーション提案を強化する

家庭用調理冷食の販売ルート別採算表



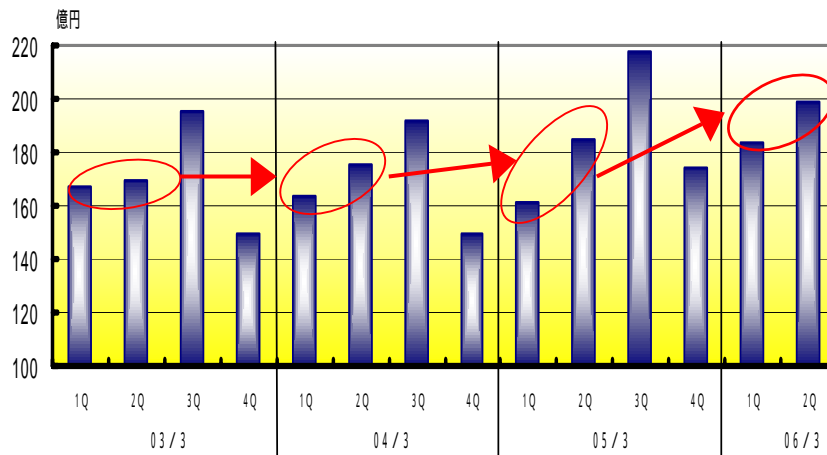
<加工食品事業の戦略>

新カテゴリー戦略で業務用が高水準の売上伸長を維持

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 1Q 2Qの業務用調理冷凍食品は引き続き好調を維持し、05 / 9は前期比11%増
2. 業態・商品群別では、鳥インフルエンザのリバウンド効果に加え、から揚げ商品を軸に全業態の更なる深耕に成功、その他、新商品の「ほっとするおかずシリーズ」は「白身魚と豆腐のふんわり天」「れんこんと枝豆の肉だんご」を中心に生活者の健康志向の高まりを背景とした和惣菜ブームにのり、惣菜業態をはじめ幅広い業態で導入が相次ぐ
3. 下期は「とんかつ屋のロースカツ」を軸にカツ類を外食業態・給食業態へ導入を開始、06 / 3通期では売上高7%増を達成する見込み

業務用調理冷凍食品の売上高推移



攻めるべき業態・商品群とその成果

名称	市場規模	惣菜	外食	給食
チキン	350億円			
ハンバーグ	240億円			
米飯	200億円			
春巻	80億円			
カツ類のうち とんかつ類	150億円			
めん類	610億円			
水産フライ	470億円			
コロッケ	450億円			
卵焼類	350億円			
.....			

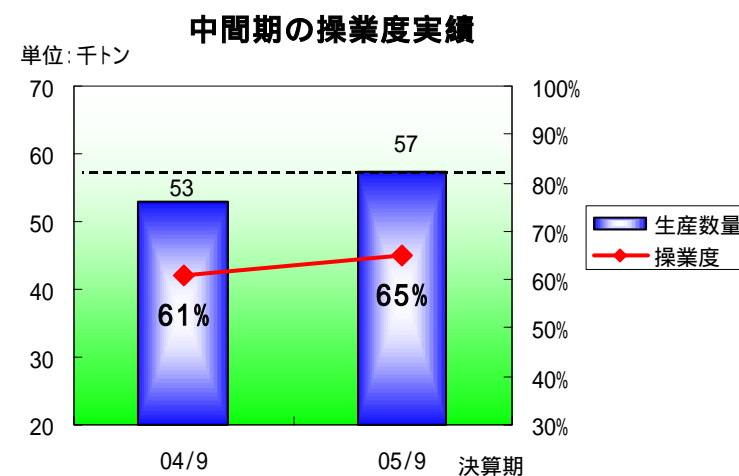
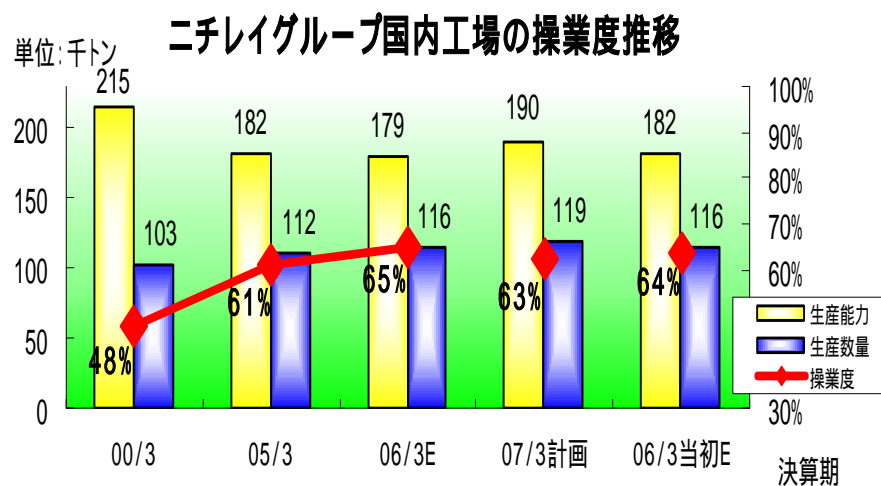
注：市場規模の数値は当社推計
 網掛けセル・・・計画期間前から展開中の新カテゴリー
 印・・・05 / 3に新規攻略した新カテゴリー
 印・・・計画期間中に戦略展開を予定・検討中の新カテゴリー
 印・・・今年度下期に重点展開するカテゴリー

<加工食品事業の戦略>

国内工場の操業度改善・コストダウンが採算改善に寄与

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 05 / 9の操業度実績は当初目標を上回るペースで推移し04 / 9比で4ポイントの向上、コストダウン効果は2億円に
2. 06 / 3通期の操業度は65%となり当初Eを1ポイント上回る見通し、コストダウン効果は5億円を見込む
3. ラインコストダウンは、05 / 9で1億円、06 / 3通期では目標どおり3億円の見通し
包装資材など副原料の最適使用への取り組みや、購買管理を各工場から集約し本社一元管理にすることで重複業務を削減
生産工場における製造工程・人員の最適化による製造工程ロスの削減



注:生産能力は年間290日稼働、1日15時間操業を前提に算出
現状では工場設備や操業時間の制約もあり85%を限界目標と捉えて改善に取り組んでいる

水産事業・畜産事業の戦略

<水産事業・畜産事業の戦略>

水産は営業損失幅が拡大、畜産は目標引き下げ

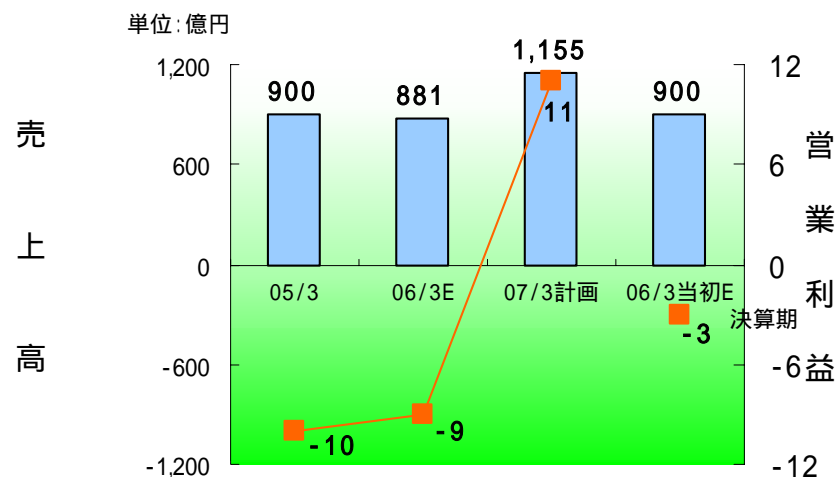
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 水産事業は「かに」などの含み損失整理を中間期に完了
2. 一方、主力のさけ・ます、魚卵類の価格上昇から在庫リスクを避け取扱を絞りこんでいるため売上確保が厳しい状況が続き、営業損失幅は当初見込を上回る見通し
3. 畜産事業は2Qで豪州産牛タンの相場が急落し計画外の損失が発生するが、在庫回転の速い事業であり損失在庫の整理はすでに終了している
4. 下期は畜産の事業環境が不透明さを増す、中間期目標未達の取り戻しは厳しい状況

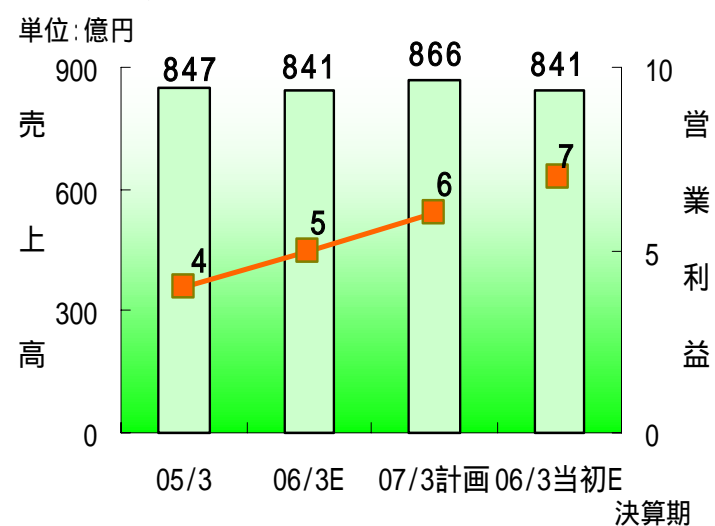
鶏肉は欧州で鳥インフルエンザが発生し世界中の調達先がブラジルに集中、仕入価格が上昇

輸入牛肉は年明けの米国産牛肉輸入解禁を見越し豪州産牛肉相場が不安定に

水産事業の売上高と営業利益推移



畜産事業の売上高と営業利益推移



<水産事業・畜産事業の戦略>

水産事業の課題解決に向けて3ステップで取り組む

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

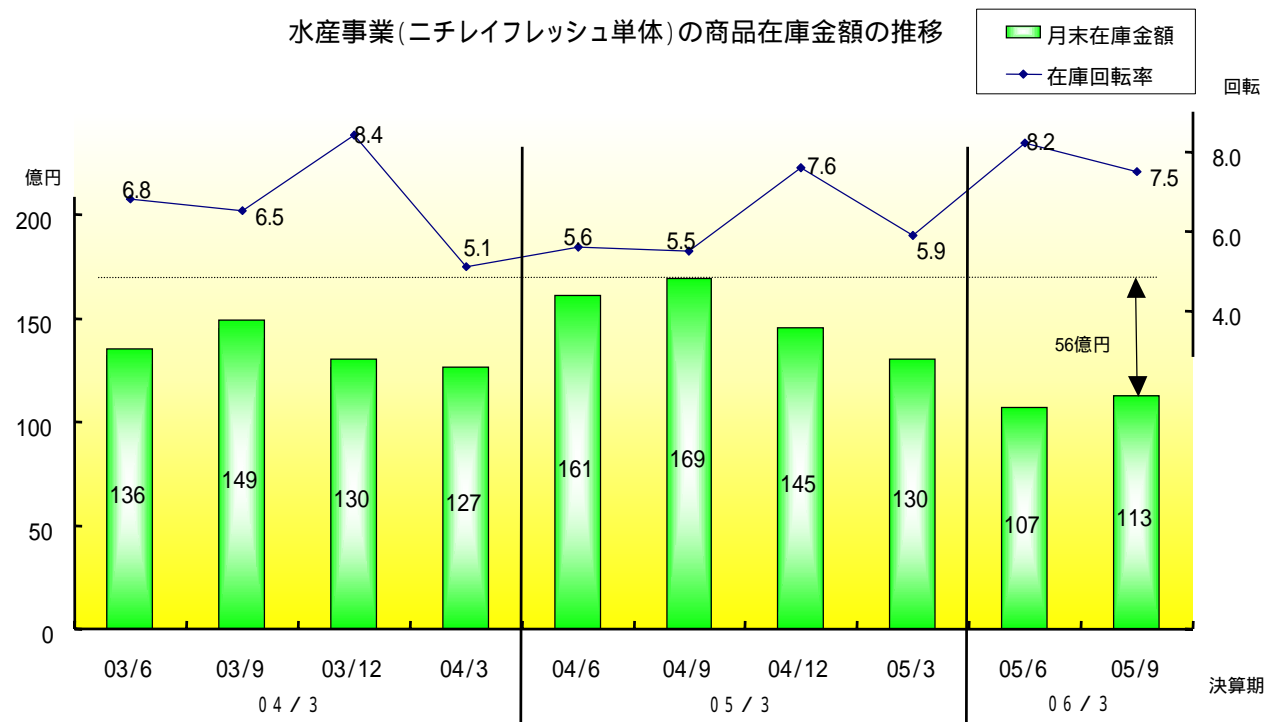
1. 損失在庫の整理は中間期で完了、在庫は従来の適正水準よりさらに絞り込む

2. 下期は使用資本の効率使用を維持・定着する

取り扱い商材の絞込みと圧縮、現在の在庫水準の維持

積送在庫圧縮の観点から当社直輸入比率を下げる、商社を積極的に活用

3. 中計施策の小売・外食・惣菜など消費者に近いユーザーへの販売力強化のため10月に人員の異動を実施、一方で世界的な水産物需要拡大の中での調達戦略や国内の市場構造変化への対応、GLOBAL販売戦略など、下期中に方向性と実施計画を取り纏める。



低温物流事業の戦略

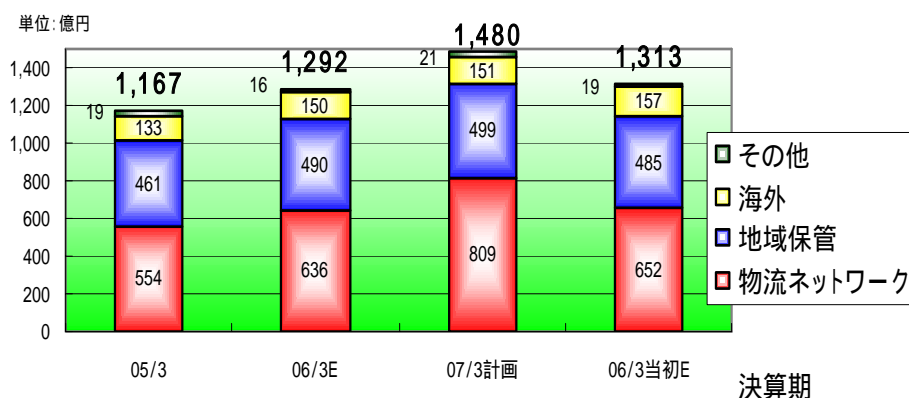
< 低温物流事業の戦略 >

営業利益は地域保管が大きく牽引し当初見込み達成

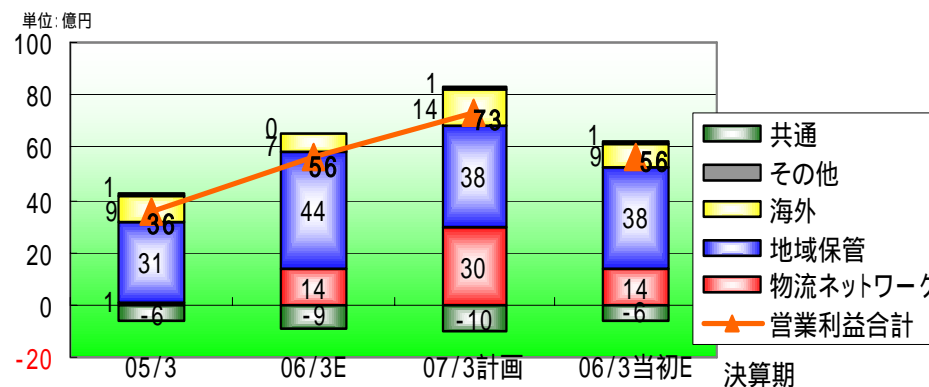
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

- 06 / 3の物流ネットワーク事業は、前年新設のセンターが通年稼働で増収に寄与、下期には新センターも稼働、運送業務が伸び悩み売上は当初目標を16億円引き下げるが、営業利益は当初目標を達成する見通し
- 地域保管事業は地域密着型営業による地場での集荷がすすみ増収、関西地区をはじめローコスト化の取り組みも相俟って営業利益は05 / 3比で大幅な増益を実現する
- 海外事業は、欧州で果汁の取扱量が増加、一方、一部冷蔵庫で大口荷主撤退後の後荷集荷に苦戦、保管料率の下落もあり増収・減益

低温物流事業のサブセグメント別売上高推移



低温物流事業のサブセグメント別営業利益推移



< 低温物流事業の戦略: 物流ネットワーク事業 >

物流ネットワークはTCが順調、運送の拡大が課題

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. TC (通過型センター) は11月に東北地区で新センターが稼働、当初見込みを概ね達成
2. TC以外では05 / 3比で13%増収を見込むが、当初目標比では12億円の未達
3. 未達の原因は運送業務を中心に伸び悩んでいるため、以下要因への対策を着実に進める

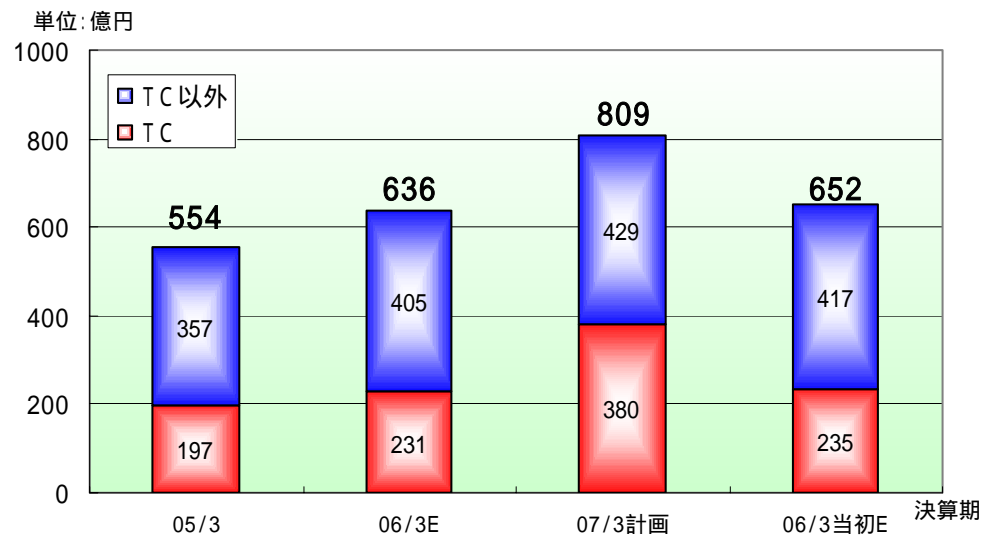
広域幹線やメーカーの広域物流受託が計画どおり進まない

燃料費上昇で庸車コストに上昇プレッシャーがある中、新規業務に対して競争力ある価格提示ができない

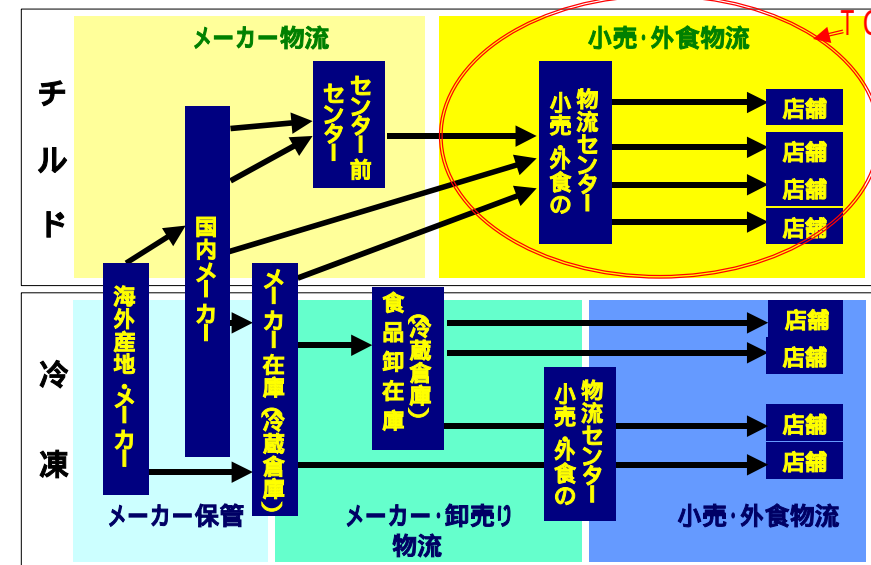
TC車輛の空時間帯の活用が進まない

4. 07 / 3計画に対しては、新規TC受託で計画比遅れが発生している

物流ネットワーク事業の売上高推移



物流ネットワーク事業の事業領域図



< 低温物流事業の戦略: 地域保管事業 >

地域保管はマンパワーコスト比率低下が採算改善に貢献

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

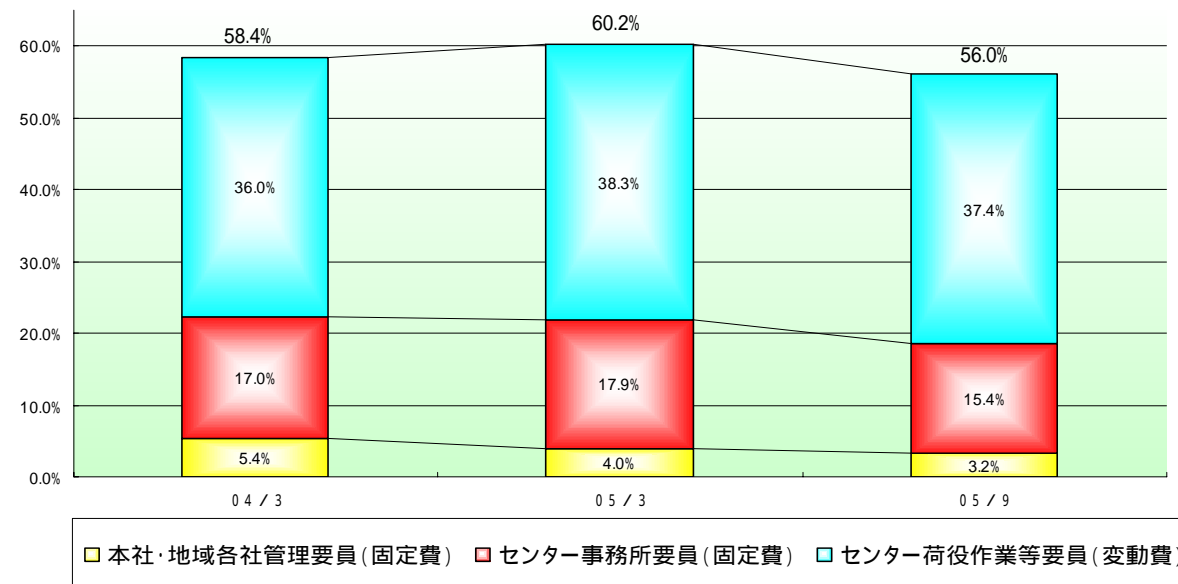
1. 原価構成比率の高いマンパワーコストは、次の取り組みにより05 / 3比で冷蔵倉庫保管収入に対する比率が4.2ポイント低下

組織再編時の会社統合により重複した本社・地域各社の管理要員をセンター事務所要員へシフト

センター事務所要員の退職による自然減を上記シフト要員と最小限の新卒補充で吸収

変形労働時間制の導入をはじめローコスト化の取り組みにより、固定費の変動費化が進む

冷蔵倉庫保管収入に対するマンパワーコストの比率変化



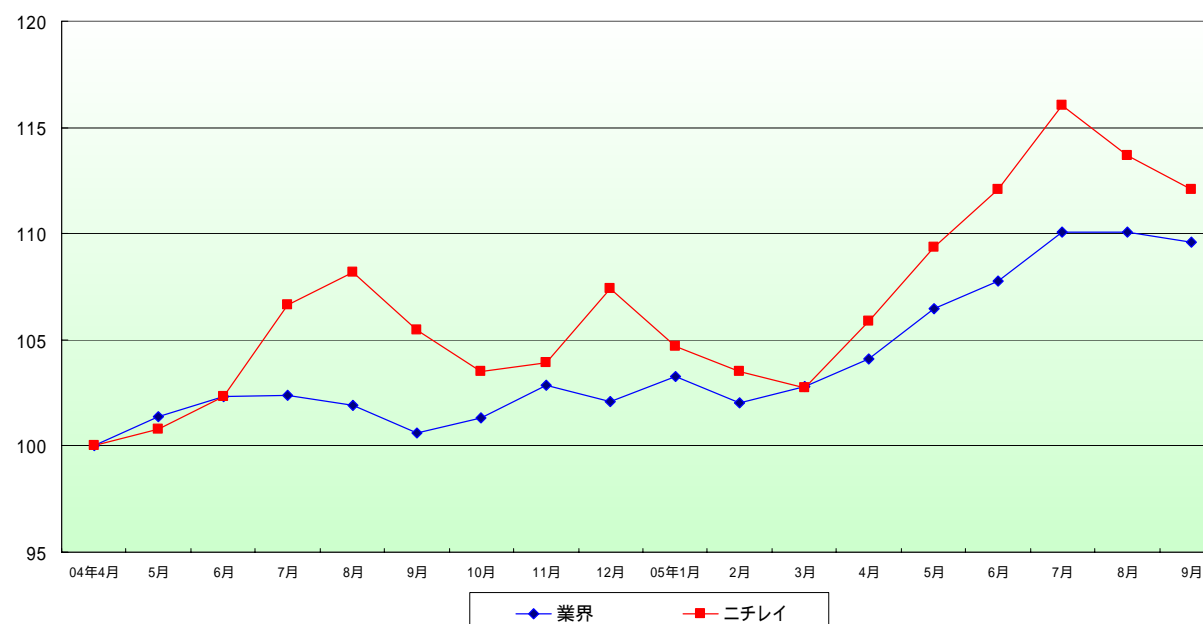
< 低温物流事業の戦略: 地域保管事業 >

地域密着営業の成果で在庫量回復は業界以上のペース

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 業界の月末在庫量は04年9月以降、上昇に転じ推移している
2. 06 / 3では米国産牛肉BSEの影響は残るものの、豪州産牛肉輸入量の増加や鶏肉輸入量の回復に加え、豚肉の荷動き停滞もあり在庫量が急速に増加、業界全体で庫腹の逼迫感が強まっている
3. ニチレイの月末在庫量は業界を上回り推移、特に関西、九州地区では地域密着型営業の成果で業界水準を大きく上回り伸張、九州地区では地場農畜産物の集荷が進み庫腹が逼迫、冷蔵倉庫を増設する

12大都市冷蔵倉庫の月末在庫量推移(04年4月を100とした指数)



注: 月末在庫量は容積建契約による数量を含む

參考資料

データ集

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

セグメント別売上高と営業利益の推移

単位：億円(単位未満四捨五入、一部で端数調整あり)

	05 / 3		06 / 3E	07 / 3計画	
	新基準	旧表示		新基準	旧表示
(売上高)					
加工食品	1,785	-	1,856	1,950	-
水産	900	-	881	1,155	-
畜産	847	-	841	866	-
低温物流	1,167	-	1,292	1,480	-
不動産	92	-	88	70	-
その他	82	-	98	99	-
全社または消去	-259	-	-291	-250	-
合計	4,614	-	4,765	5,370	-
(営業利益)					
加工食品	43	56	57	71	88
水産	-10	-6	-9	11	16
畜産	4	8	5	6	10
低温物流	36	52	56	73	85
不動産	60	60	46	40	40
その他	2	3	4	6	9
全社または消去	0	-38	-4	-4	-45
合計	135	135	155	203	203

注：「新基準」は持株会社体制への移行による「グループ経営運営費用」の配賦に伴い、
遡及修正した前年数値

：「旧表示」は遡及修正前の前年数値

当資料取扱い上のご注意

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

当資料に記されたニチレイの現在の計画・見通し・戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであります。将来の業績に関する見通しは、将来の営業活動や業績に関する説明における「確信」、「期待」、「計画」、「戦略」、「見込み」、「予測」、「予想」その他これらの類義語を用いたものに限定されるものではありません。これらの情報は、現在において入手可能な情報から得られたニチレイの経営者の判断に基づいております。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これらの業績見通しとは大きく異なる結果となる場合があります。このため、これらの業績見通しのみで全面的に依拠して投資判断されることは、お控えいただくようお願いいたします。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常にニチレイが将来の見通しを見直すとは限りません。実際の業績に影響を与え得るリスクや不確実な要素には、以下のようなものが含まれます：

- 食品に関する衛生問題等
- 商品や原材料の価格変動
- 商品回収リスク
- 固定資産の保有リスク
- 保有有価証券の時価変動リスク
- 為替変動リスク

など

ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。また、リスクや不確実な要素には、将来の出来事から発生する重要かつ予測不可能な影響も含まれます。当資料は、あくまでニチレイをより深く理解していただくためのものであり、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。