

2008年5月15日 説明会

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

急激な変化への適切な対応と共に 収益基盤拡大戦略を着実に進める

—業務用加工食品の拡大と水産の黒字化で増収・増益へ—

(2871)

株式会社ニチレイ

【お問合せ先】

広報IR部 田中 久

: 03-3248-2235

E-mail: tanakah@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。 

【概要】	【水産事業の戦略】	
ROEは8%前後で推移、成長分野への投資拡大で中期目標は10%	1 営業黒字の達成とともに市況変動に左右されにくい体質の実現へ	9
収益基盤拡大のための設備投資は中期計画比で半年程度の遅れ	2 【低温物流事業の戦略】	
09/3は業務用調理冷食の拡大と水産の黒字化で増収・増益へ	3 需要は強いが燃油や電力料の上昇などコスト増が収益を圧迫	10
【加工食品事業の戦略】	新たな成長基盤として消費市場が拡大するポーランドで冷蔵庫新設	11
業務用調理冷食が牽引、ウエルネスも市場が顕在化し拡大	4 地域保管は業界環境が厳しい中で他社との差別化が進む	12
業務用調理冷食の当社の強みは中食市場への対応力	5 運送は取組業態拡大で増収、新TCは10/3期以降に寄与	13
メタボ対策の本格始動を契機にウエルネス分野が収益に貢献	6 【参考資料】	
中期的にはダイエット・アンチエイジングも含めた市場で成長を図る	7 データ集	14
原材料価格などの上昇を見込むが価格改定や円高メリットで吸収	8	

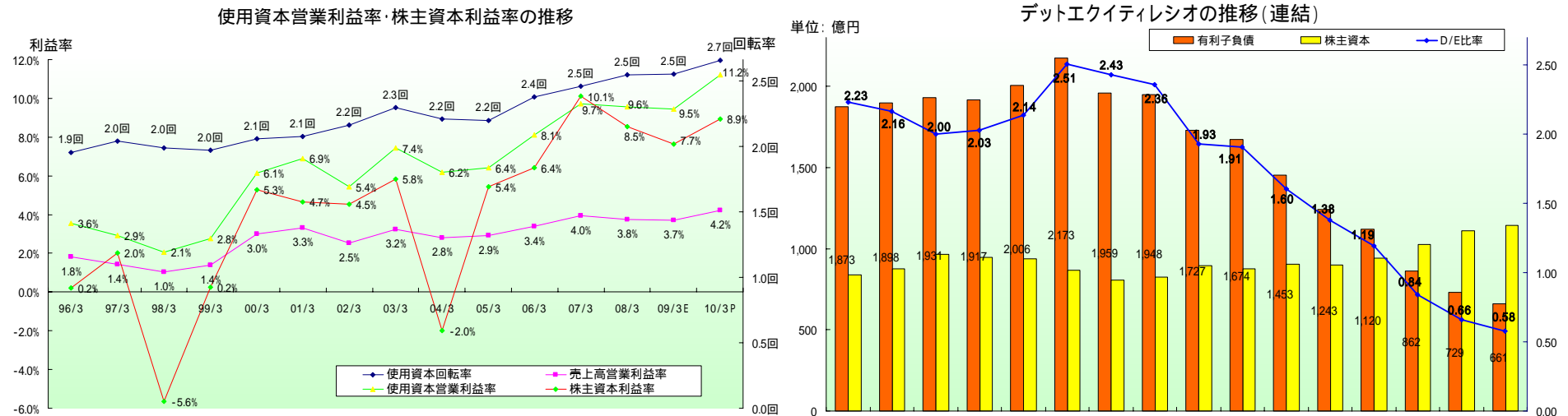
注:

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ます。

グラフ中の‘E’は2008年5月13日に発表した見込み、‘P’は中期計画数値で2007年5月15日に発表した当初数値をそのまま変更していない。

ROEは8%前後で推移、成長分野への投資拡大で中期目標は10%

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**



注：株主資本利益率は当期純利益(損失)で算出、98/3と04/3は投資事業の再建支援損や整理損が発生した。
 07/3は特別利益に関係会社株式売却益が30億円計上されている。この影響を除いて株主資本利益率を算出すると8.5%となる。
 09/3Eはリース会計導入に伴う過年度会計処理の差異15億円を特別損失に計上、この影響を除いて株主資本利益率を算出すると8.4%となる。

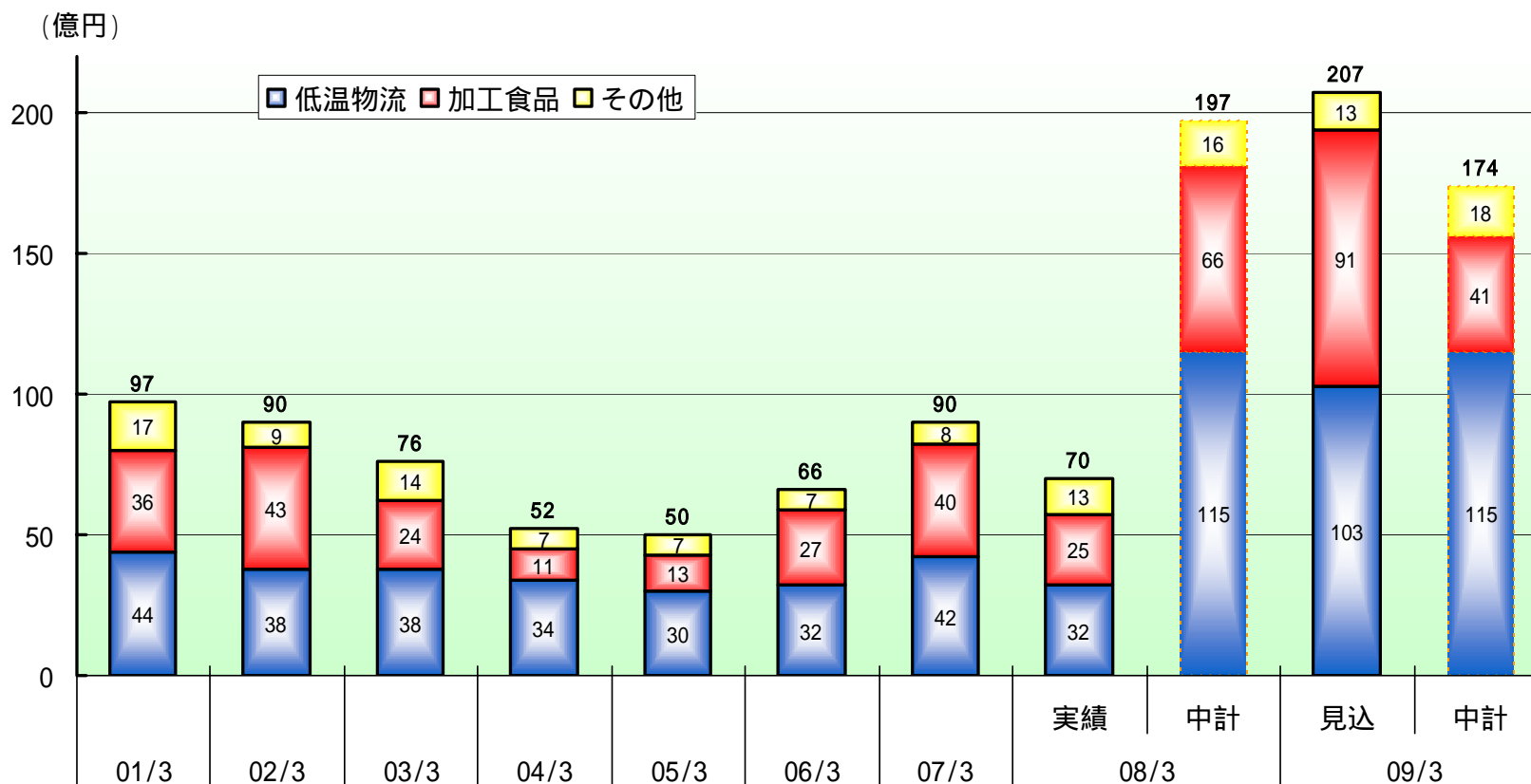
- 08/3は加工食品が家庭用調理冷食の不振などから売上高営業利益率が低下、一方で設備投資の遅れもあり有利子負債の圧縮がさらに進んだことで使用資本回転率が向上し、使用資本営業利益率は前期並を維持した。
- 08/3の株主資本利益率(ROE)は8.5%となり07/3の関係会社株式売却益による嵩上げ要因を除いてみるとほぼ横這いの水準となった。09/3はリース会計導入に伴う過年度会計処理の差異15億円が一括して特別損失に計上されることから8%台を若干割り込む。
- 10/3を最終年度とする中期計画の全体戦略と中期的な経営目標
 新たな成長領域における事業基盤の拡大
 有利子負債の圧縮を止めて現状水準を維持、営業キャッシュフローを設備投資などに積極的に振り向ける
 中期的(向こう5年程度)のROE目標を10%、株主還元はDOE2.5%、配当性向25%の維持を目標とする¹

収益基盤拡大のための設備投資は中期計画比で半年程度の遅れ

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 設備投資は中期計画対比で半年程度、進捗に遅れが生じている。
2. 09 / 3の設備投資は中期計画を上回る207億円を見込む。当初計画からの遅れを可能な限り取り戻し、10 / 3についても中期計画の遅れを取り戻すペースで実施する。
3. この結果、中期計画期間中の設備投資総額は当初計画540億に対し64億円の減額となる見込み。

設備投資金額の推移



09 / 3は業務用調理冷食の拡大と水産の黒字化で増収・増益へ

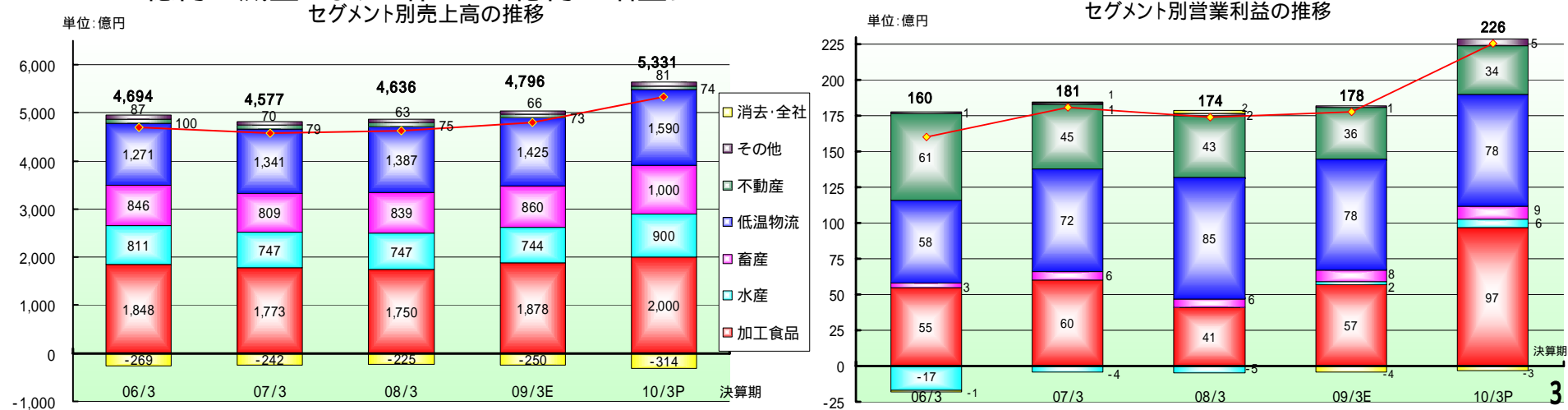
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

金額:単位未満切り捨て	08 / 3実績	09 / 3E	08 / 3比	10 / 3中期計画	08 / 3比
売上高	4,635億円	4,796億円	104%	5,331億円	115%
営業利益	173億円	178億円	103%	226億円	130%
経常利益	168億円	162億円	96%	208億円	123%
当期純利益	96億円	90億円	94%	114億円	118%
ROE	9%	8%		9%	
EPS	31円	29円		36円	

1. 09 / 3の目標について

売上高は、加工食品が業務用調理冷食の牽引で大きく伸びるほか水産を除きすべての事業が増収となり、全体で4%、160億円の増収

営業利益は、加工食品の16億円、水産が黒字化により7億円の増益の一方で、不動産7億円、低温物流7億円の減益となり全体では4億円の増益に



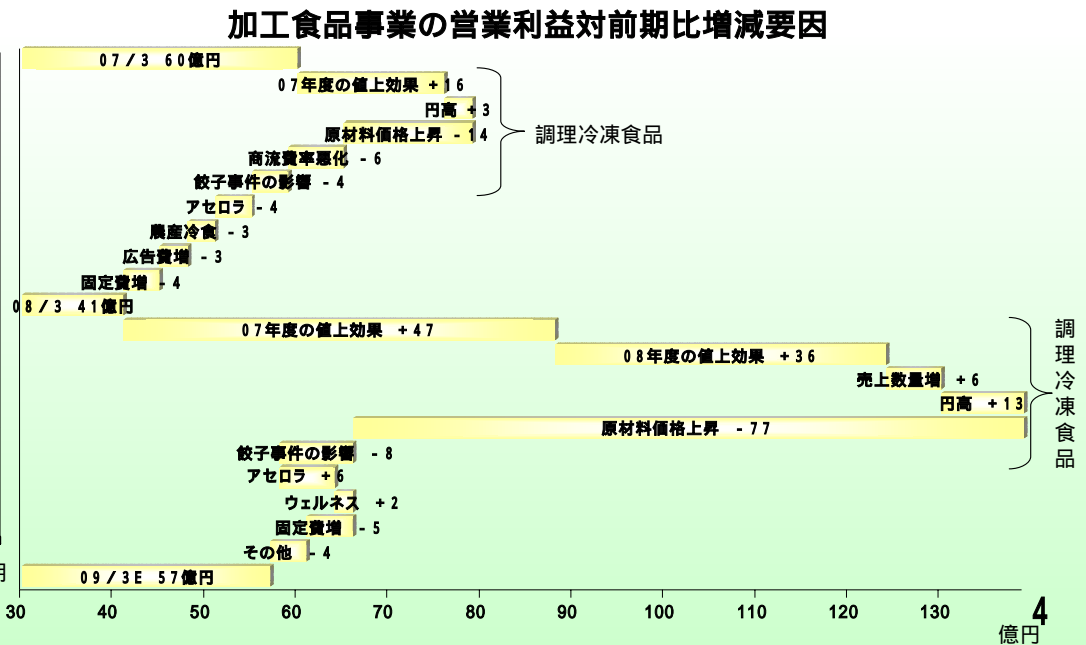
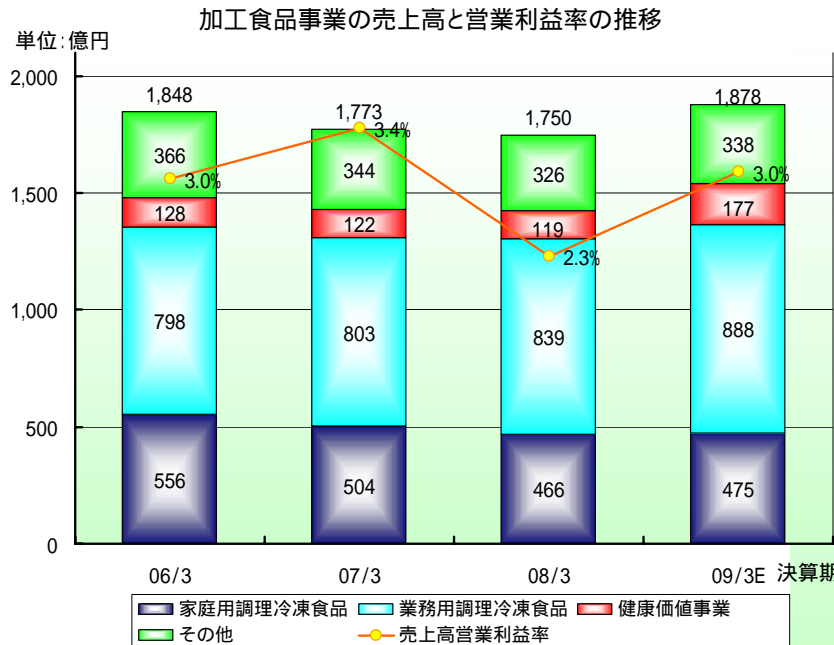
加工食品事業の戦略

< 加工食品事業の戦略 >

業務用調理冷食が牽引、ウェルネスも市場が顕在化し拡大

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

- 09 / 3は引き続きチキンやポテト製品を中心とした業務用調理冷食が前期比6%増と牽引
- 07 / 3から前期比減収が続く家庭用調理冷食は商品開発体制を再編成・強化し挽回をはかる。09 / 3は、第2四半期までは餃子事件の影響を引きずることが想定され08 / 3比2%の伸長に留まる見通し。
- 健康価値事業の中でウェルネス食品は販売チャネルや増産体制整備も完了し、特定保健指導制度もスタートする09 / 3より収益に貢献する。
- 09 / 3は原材料価格の上昇などコスト増で前期比77億円を見込むが、2007年10月の値上効果と円高効果のほか、原材料価格上昇の著しい一部製品では追加値上やリニューアルを実施する方針



<加工食品事業の戦略>

業務用調理冷食の当社の強みは中食市場への対応力

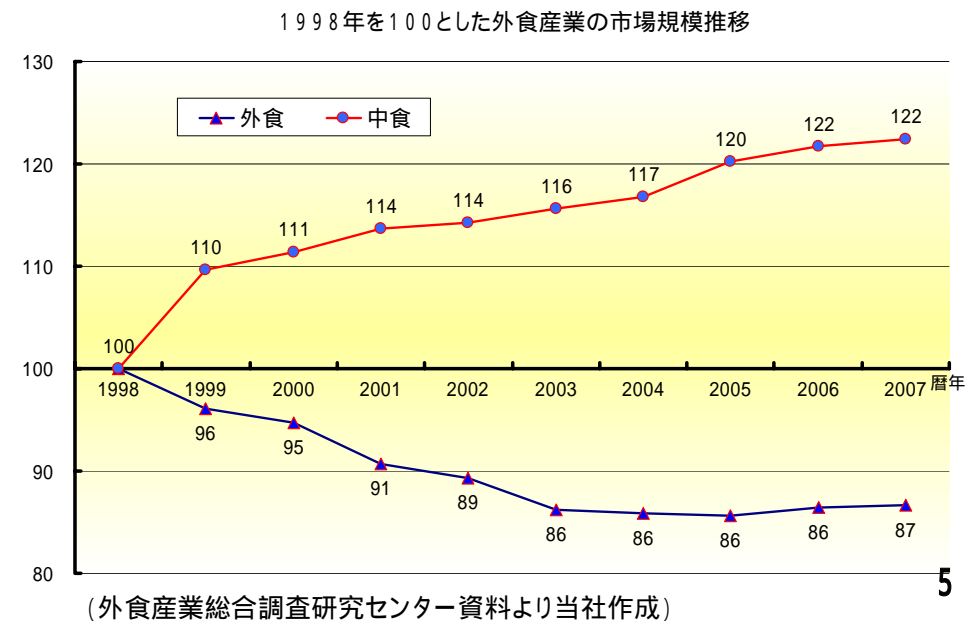
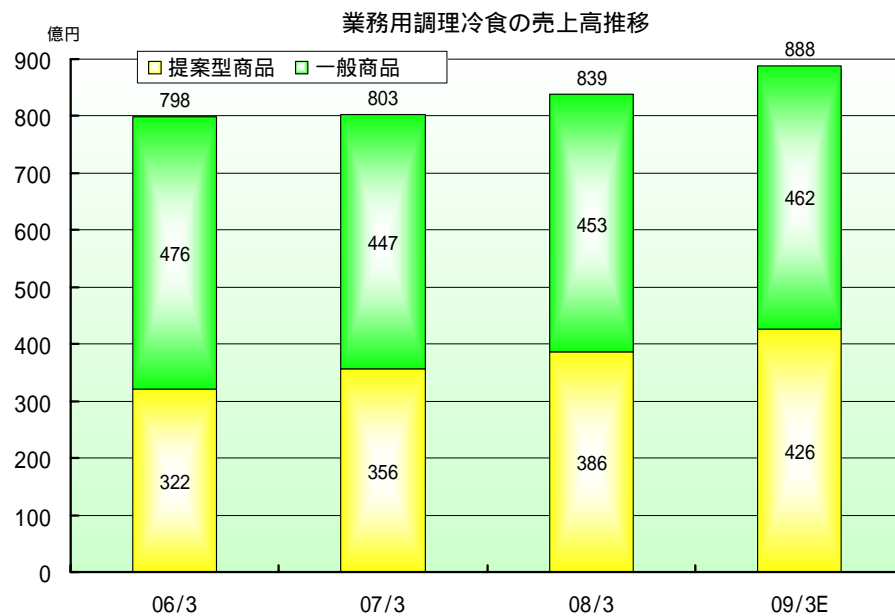
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 業務用調理冷食は引き続き高い伸びを続けているが、中食市場(スーパーの惣菜、コンビニエンスストア、ファーストフード等)向けの提案型商品の伸長がこれを支えている。
2. 中食市場では、簡便なオペレーションで高品質の商品をロスなく提供できる冷凍食品のメリットが受け入れられ、市場規模も拡大を続けている。
3. 提案型商品での当社の強み。

市場ニーズを短期間で実現するノウハウと効率的な商品開発サイクル

冷凍食品業界では群を抜く研究開発体制

研究開発費16億円(08/3対売上高比率0.9%)



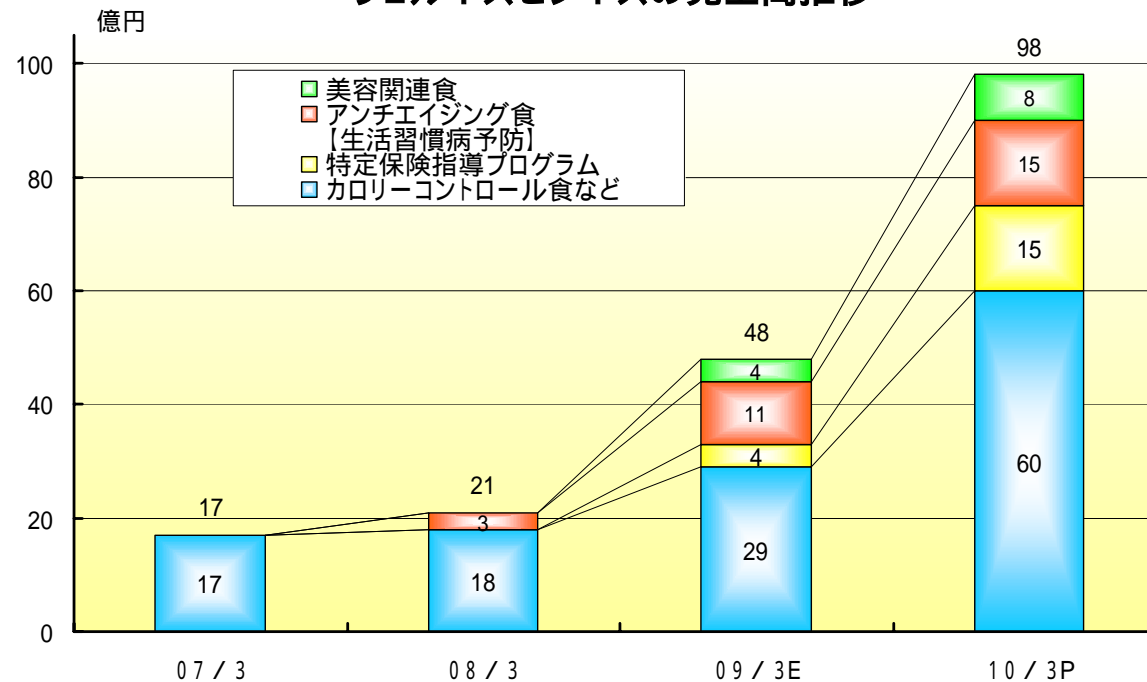
<加工食品事業の戦略>

メタボ対策の本格始動を契機にウェルネス分野が収益に貢献

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 冷凍のカロリーコントロール食拡大のボトルネックとなっていた生産体制の拡充が08年4月に実現、従来の月間12万食から4倍強の52万食に拡大。
2. 冷凍カロリーコントロール食「気くばり御膳」の商品数を拡充するとともに、昨秋、三菱商事と合併で新設した子会社、スマイルダイナーが本格始動、医療紹介ルート向け専用のメタボリックシンドローム対策商品も投入し特定保健指導対象者などヘビーユーザーの利用頻度向上を図る。
3. 07年11月に京都で配食ビジネスを手がける、はーと&はあとライフサポート社の株式を取得し子会社化、アンチエイジング食の取組みを開始した。

ウェルネスビジネスの売上高推移



<加工食品事業の戦略>

中期的にはダイエット・アンチエイジングも含めた市場で成長を図る

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

対象市場		メタボリックシンドローム予防		ダイエット	アンチエイジング	09/3売上高		
		特定保健指導	通常物販					
コアターゲット 市場特性		40～65歳メタボ 特定検診でメタボ指 定、保険者には指導 義務が発生 健保財政の影響大	健康感度高い30 ～70歳代 特定保健指導により 健康のための食生活 改善に関心が高まる	30～40歳代女性 従来の美容ダイエット 食を冷凍食品の利用 により品質・満足度を 大幅に向上	50歳代以上男女 骨粗鬆症・前立腺疾 患・認知症予防・低栄 養改善などのニーズ に応えた高齢者向け 食事の給食・配食			
5年後の想定市場規模		1,700億円		900億円	1,000億円			
チャネル	ダイレクト	BtoC(一般顧客向け通販) Webサイト・DM・TV通販	気づき食(食事教材)	冷凍きくばり御膳 冷凍シェフズバランス 常温・冷凍糖尿病食	単品ダイエット 冷凍弁当型ダイエット		アンチエイジング対 応惣菜等	
		08/3売上高 11億円	09/3増収額 1	3	2		3	20
	直販	BtoB(他社通販ルート等) 特定検診業者、健康保険組合 に拡販	気づき食(食事教材) LiSM10!プログラム	気くばり御膳 糖尿病食他 自販機向け冷凍弁当	単品ダイエット 冷凍弁当型ダイエット			
		7億円	1	4	2		14	
	商事(三菱)	BtoBtoC (医療紹介ルート向け通販)	気づき食(食事教材) (医師監修)ドクターズ 弁当、スマートデリ	(医師監修)ドクターズ 弁当、スマートデリ 常温・冷凍糖尿病食	単品ダイエット 冷凍弁当型ダイエット	アンチエイジング対 応惣菜等		
		0億円	2	4	0	2	8	
サポート	はーと&は あとライフサポート 配食・給食 京都での配食事業、通所介護 施設での給食事業 (6ヶ月分)				アンチエイジング対 応惣菜等の宅配 通所介護施設給食			
	3億円				3	6		
X社	BtoC(通販業者向けOEM)			プログラムダイエット (食材+ダイエット理論)				
	-			-		-		
08/3売上高		21億円	4	11	4	8	48	

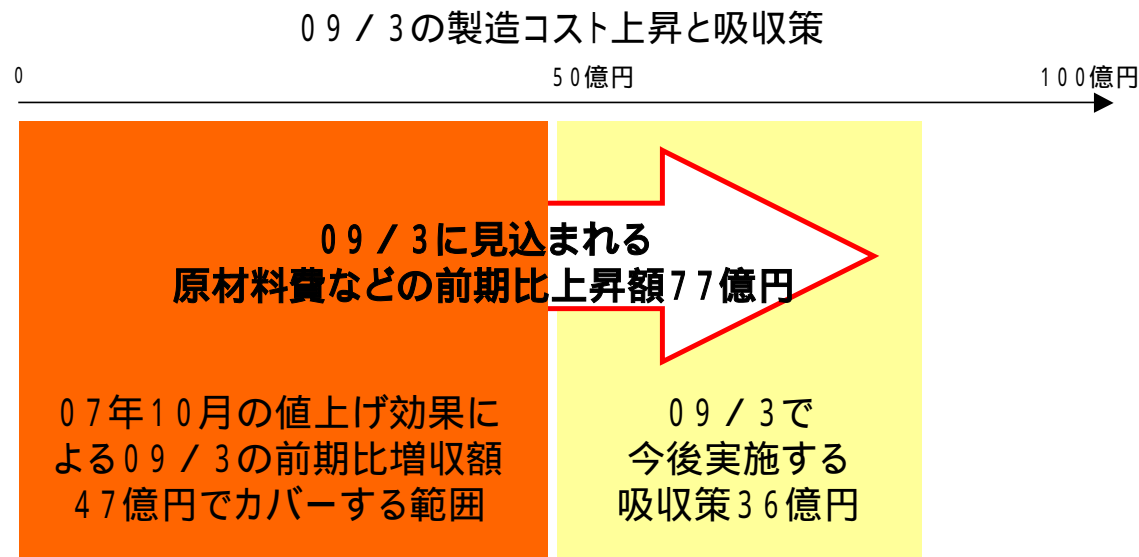
注： はーと&はあとライフサポートは08/3期新規連結子会社のため売上高は6ヵ月分
商品名等で黒字記載は既に商品化され発表されているもの、赤字記載は今後商品化する計画のもの

<加工食品事業の戦略>

原材料価格などの上昇を見込むが価格改定や円高メリットで吸収

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 原材料価格や電力料など、09 / 3も製造コストや買付コスト上昇が継続
原材料価格上昇の主な内容: 鶏肉を中心とした畜肉、小麦粉、食用油等
2. 今後実施する吸収策としては
07年10月値上げ未済分の完全実施
チキン製品など、原材料価格が大幅に上昇している商品の再度の価格改定や調達の見直し
下半期以降、家庭用商品の部分値上げ
3. 円高によるメリットがコスト上昇による減益要因を緩和する
4. 中国産の製品を中心とした冷凍食品需要の落ち込みと供給体制に関して
家庭用: 餃子事件の影響は第2四半期まで継続する見通し
業務用: 影響はみられない
検疫当局による輸出時検査強化の影響は、3月下旬以降好転している



水産事業の戦略

営業黒字の達成とともに市況変動に左右されにくい体質の実現へ

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1.再生プランで掲げた成長ドライブ領域の構成比アップによる収益性の改善

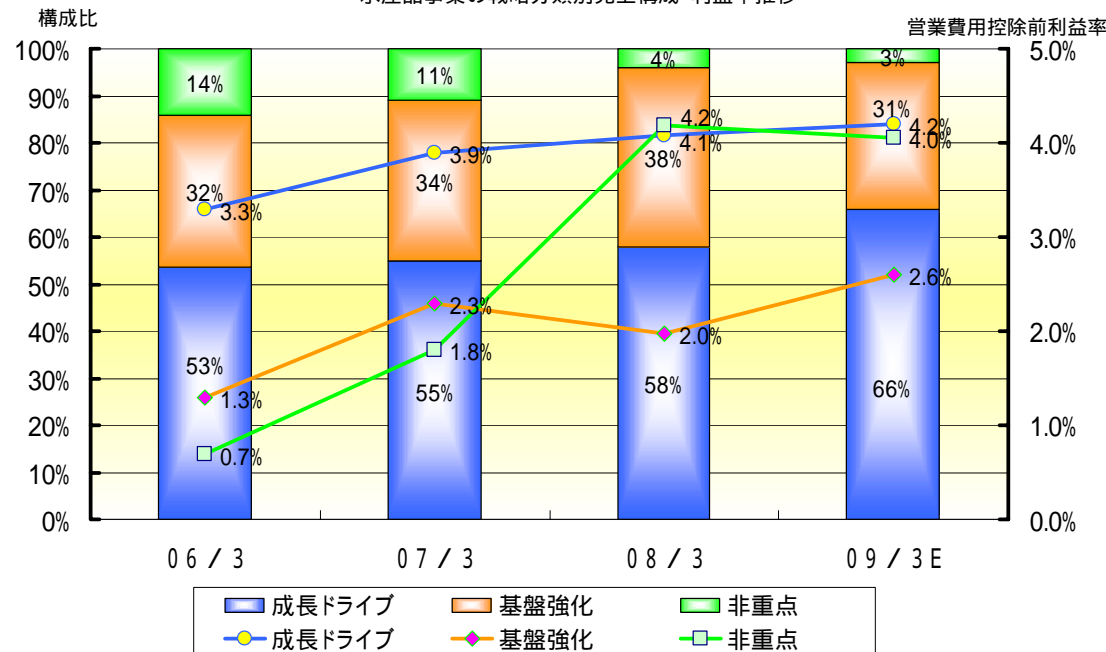
得意商材のえびは前年上期の市況悪化から回復、09 / 3は前期比3億円以上の改善を見込む
生食系商材を中心に成長ドライブ領域の品揃えを強化し、特に、高い鮮度と管理レベルが求められるが付加価値も高い寿司ネタについては優先度をあげて商品開発を進める

2.顧客ターゲットを明確にし効果的な営業体制を実現、更なる固定費の圧縮も

09 / 3期中に30名の要員減と事業所集約を実施し売上高固定費率を0.4ポイント改善(3億円)
本社調達部門と首都圏営業部門の組織を一体化し、ユーザーニーズを反映した適時適量買付を徹底することで、機会損失と売れ残りを回避する

大都市圏に人員を集中し、大手ユーザー対応を強化する

水産品事業の戦略分類別売上構成・利益率推移



< 成長ドライブ領域 >
06年3月に発表した水産事業再生プランの中で、将来の成長の核とするため商材開発などをプロジェクト体制で取組むこととした商品群
市場でのシェアの高さ、収益の安定性、歴史的に強みを持つ等、競争優位性を発揮できる商品領域

えび、たこ、かに、魚卵、貝類等が主に該当。

低温物流事業の戦略

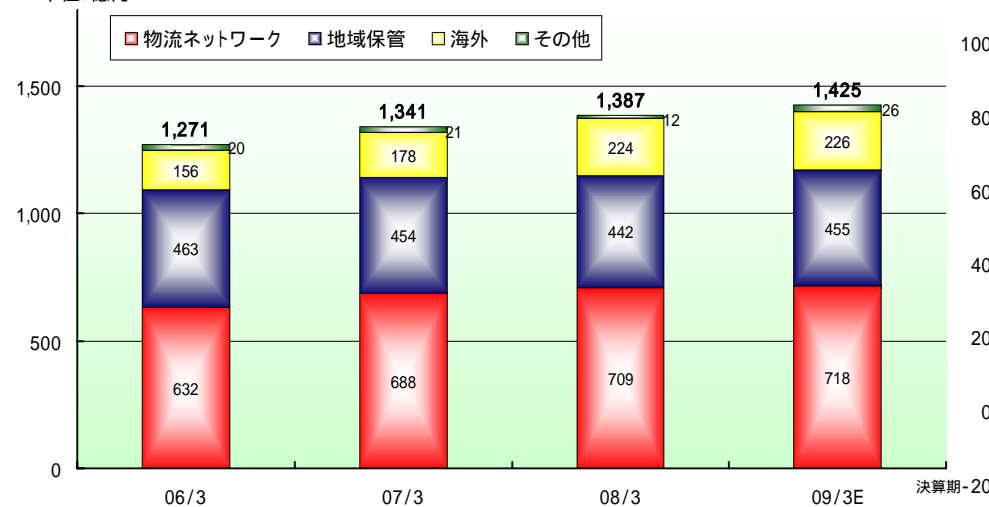
< 低温物流事業の戦略 >

需要は強いが燃油や電力料の上昇などコスト増が収益を圧迫

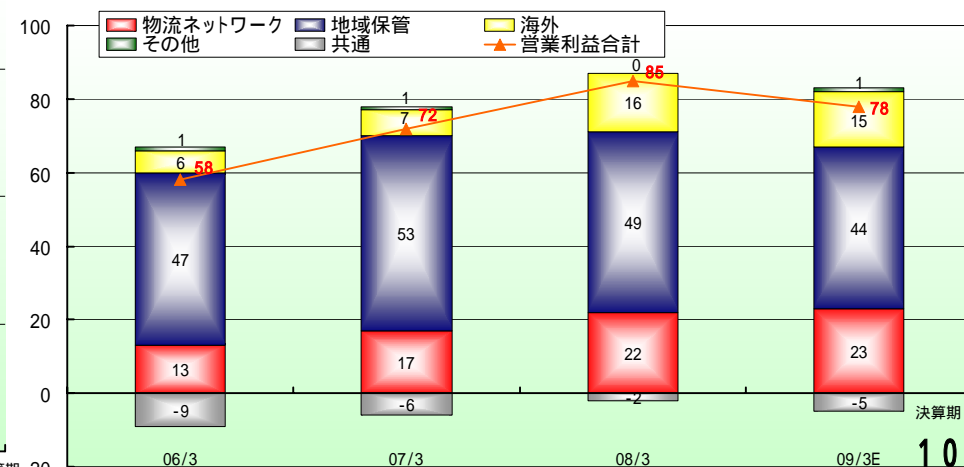
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 海外事業は好調だった08 / 3比横這い、10 / 3以降の成長に向けてポーランドでの冷蔵倉庫新拠点とロッテルダム港湾の果汁専門冷蔵倉庫の増設に着手する。
2. 地域保管事業は業界全体の在庫率がダウントレンドにある中で、現状の在庫水準維持を目指し増収に、営業利益は電力料アップや冷蔵倉庫の新增設に伴うコスト増などで減益になる。業界内での集荷力の格差はさらに拡大しており、中期計画に比べ半年程度進捗に遅れがある設備投資を積極的に進める。
3. 09 / 3のネットワーク事業は、増収・増益は確保するが伸び率の鈍化は避けられない。燃油価格上昇で運送部門の採算が厳しく、競争力のある提案が難しくなっているが、自社保有車両の増車や取り組み業態の拡大を図る。TC(通過型センター)は10 / 3期新規稼働案件の獲得を積極的に進める。

単位: 億円 低温物流事業のサブセグメント別売上高推移



単位: 億円 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 >

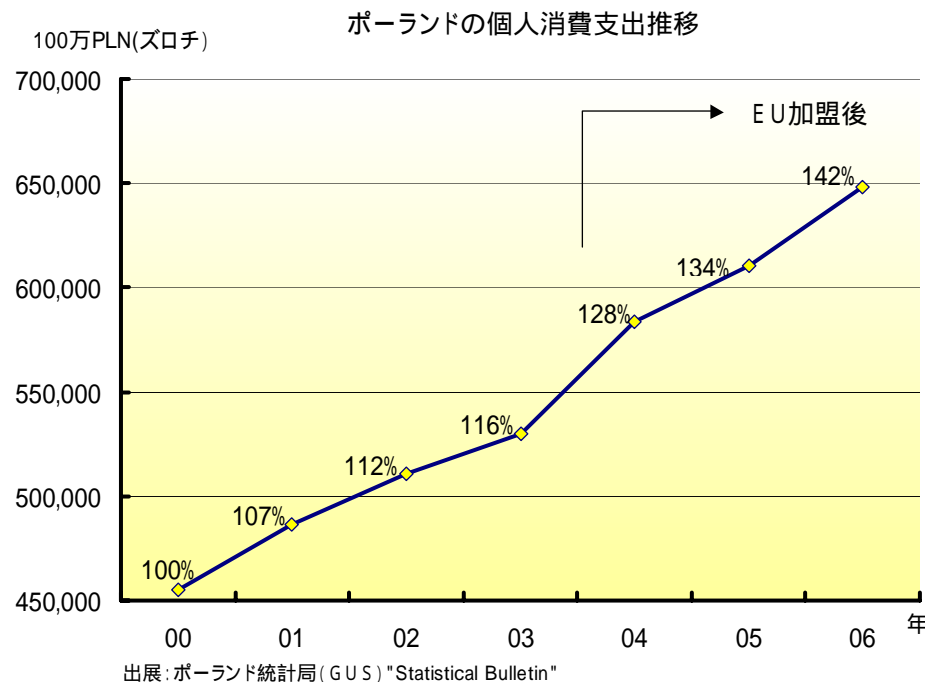
新たな成長基盤として消費市場が拡大するポーランドで冷蔵庫新設

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. ポーランドの人口は3,860万人(2004年)
2. 2004年のEU加盟後、ポーランドでは、個人消費の伸長が一層顕著となり、テスコやカルフルなどの西欧圏の小売業の進出も活発
3. 優れた品質の低温物流に対するニーズが旺盛で、今回の新拠点も大手アイスクリームメーカーの要請によるもの、大手小売業向けの店舗配送物流受託なども視野に置く

既拠点:ズニン(Znin)
設備能力:26,300トン
主要貨物:大手メーカーアイスクリーム、農産品
売上高:07年 = 15,679、13年計画 = 17,233千PLN

新拠点:ラドムスコ(Radomsk)
設備能力:49,500トン
稼動:2009年10月予定
主要貨物(予定):大手メーカーアイスクリーム他
売上高:13年計画 = 26,500千PLN(ズロチ)



< 低温物流事業の戦略 >

地域保管は業界環境の厳しい中で他社との差別化が進む

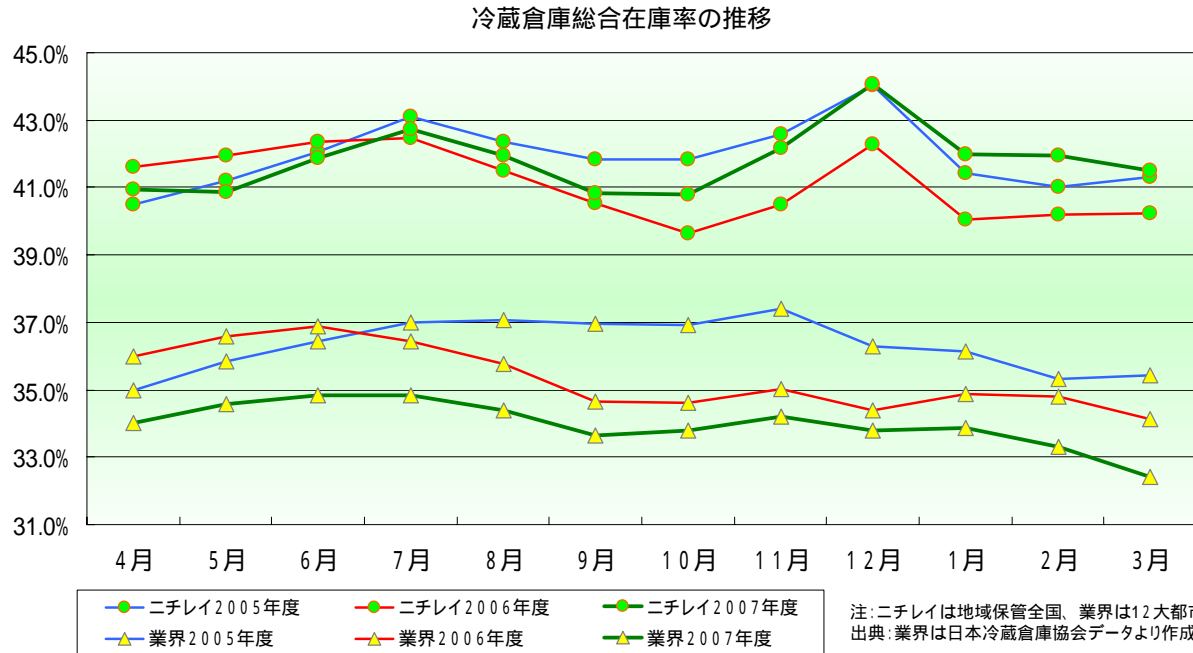
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 業界では2006年度から畜産物を中心に在庫量の低下が顕著となっているが、当社は最近でも前年を上回る在庫率を維持している。当社の在庫率は常に業界を上回り、3月末のその差は9%となっている、強みの要因は、

設備能力トップシェア、全国に展開する低温物流ネットワーク網、物流ソリューション構築力
蓄積された保管貨物の品質保持能力、大手小売の物流センター受託実績を活かした物流品質構築力への信頼感・安心感

2004年4月に地域分社化を実施、独立採算制を強めたことにより地域密着営業が定着し、細かな顧客ニーズの早期吸い上げと対応が可能となった

2. 冷蔵倉庫のスクラップ&ビルド投資を積極化、中期計画の設備投資は半年程度の遅れで進捗



【進行中の冷蔵倉庫投資案件】
横浜:08年度上期営業開始予定
冷蔵11,057トン
大阪:09年度下期営業開始予定
冷蔵20,000トン規模
川崎:10年度上期営業開始予定
冷蔵40,000トン規模
横浜:10年度上期営業開始予定
冷蔵10,000トン規模

< 低温物流事業の戦略 >

運送は取組業態拡大で増収、新TCの受託は10/3期以降に寄与

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 09/3のTC(通過型センター)は売上高は前期比横這いとなる。

既存センターの採算改善の取組みはこれまでに所期の成果があがり一段落

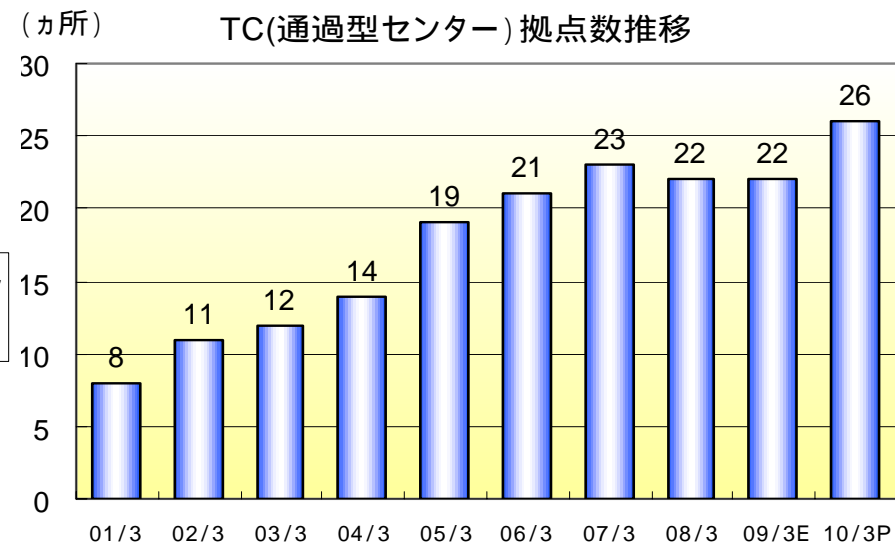
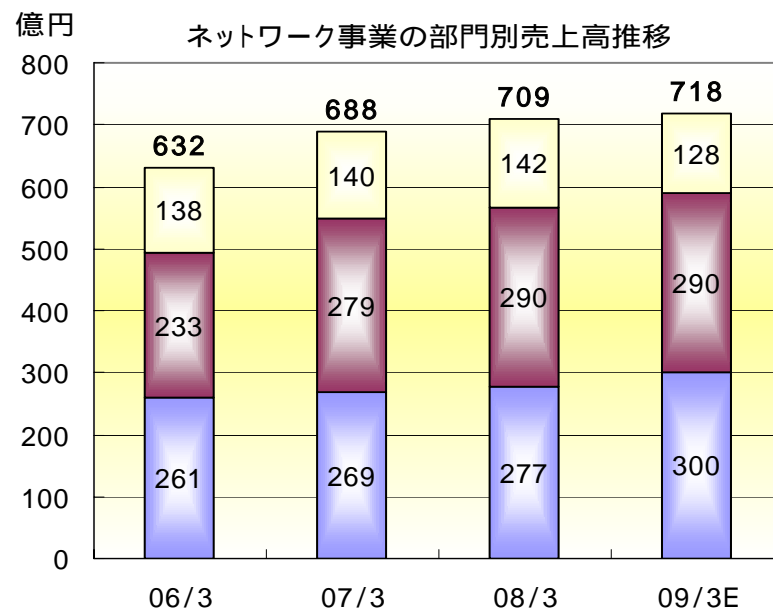
一年前から新センター受託営業を強化してきたが、10/3に向け受託が確定した案件が2件と受託見込みの案件2件が進行しており、10/3には増収に寄与する見通し

2. 09/3の運送は前期比8%の増収、今後も新たな業態の顧客への取り組みや、地域保管事業の冷蔵倉庫との連携強化を進める。

08/3からCVSチェーンや青果など新たな業態への取組を開始しており、売上の上積みを図る

09/3は(株)ロジスティクス・ネットワークの協力運送会社との提携を軸に、事業基盤を強化。

更にM&Aを視野に入れ運送事業の拡大を図る



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)

	06 / 3	07 / 3	08 / 3	09 / 3E	10 / 3P
(売上高)					
加工食品	1,848	1,773	1,750	1,878	2,000
水産	811	747	747	744	900
畜産	846	809	839	860	1,000
低温物流	1,271	1,341	1,387	1,425	1,590
不動産	100	79	75	73	74
その他	87	70	63	66	81
全社または消去	-269	-242	-225	-250	-314
合計	4,694	4,577	4,636	4,796	5,331
(営業利益)					
加工食品	55	60	41	57	97
水産	-17	-4	-5	2	6
畜産	3	6	6	8	9
低温物流	58	72	85	78	78
不動産	61	45	43	36	34
その他	1	1	2	1	5
全社または消去	-1	1	2	-4	-3
合計	160	181	174	178	226

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：

- ニチレイグループの事業活動を取り巻く経済情勢および業界環境
- 米ドル・ユーロを中心とした為替レートの変動
- 商品開発から原料調達、生産、販売まで一貫した品質保証体制確立の実現性
- 新商品・新サービス開発の実現性
- 成長戦略とローコスト構造の実現性
- ニチレイグループと他社とのアライアンス効果の実現性
- 偶発事象の結果

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。