

激変する環境を乗り越え収益基盤強化を進める

—2010年3月期の事業戦略—

(2871)

株式会社ニチレイ

【お問合せ先】

広報IR部 田中 久

TEL: 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】

加工食品と水産・畜産の回復が低温物流をカバーし増収・増益へ

10/3は営業増益に加え特別損益も改善 ROEは1.5ポイント上昇

【加工食品事業の戦略】

原材料価格低下と家庭用採算改善で増益、業務用回復は2Q以降

中食向けは堅調に拡大するがチキン加工品が2Qまで足枷になる

餃子事件以降当社は家庭用市場で相対的に優位なポジションにある

アイテム集約を進め原材料の品目絞込効果などでコスト効率向上

拡大する中国外食市場に狙いを定めて中国の生販体制を刷新する

【水産・畜産事業の戦略】

1 成長ドライブ領域の拡大と一人当たり売上高伸長で営業黒字が定着 8

2 2Q以降ブラジル産チキンの需給は改善し採算は正常化が見通し 9

【低温物流事業の戦略】

3 為替換算で目減りする欧州や景気の影響を受ける地域保管が減益 10

4 立地や貨物特性から欧州事業が受ける景気後退の影響は限定的 11

5 地域保管は荷動き鈍化を想定、厳しい環境下でさらに差別化を図る 12

6 TC案件の獲得と運送拡大に加え燃油コスト負担の低減で増収増益 13

【参考資料】

7 データ集 14

注:

① 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。

② グラフ中の‘E’は2009年5月12日に発表した見込み

加工食品と水産・畜産の回復が低温物流をカバーし増収・増益へ

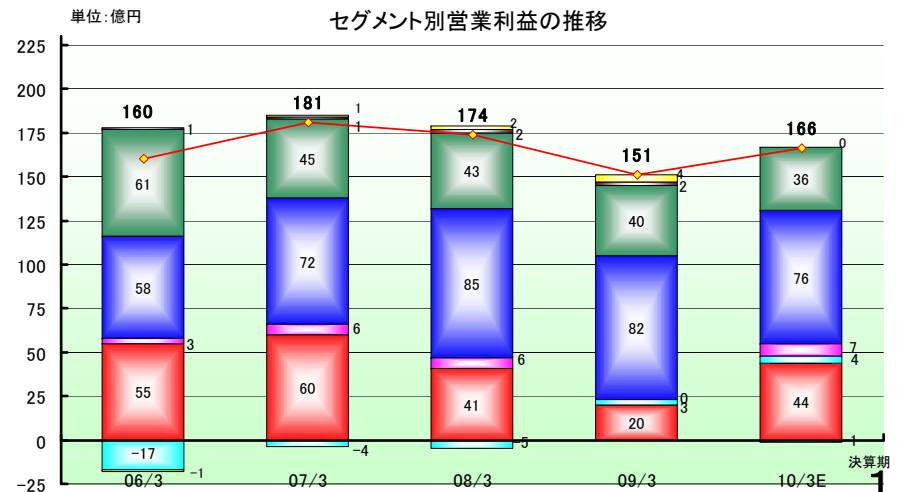
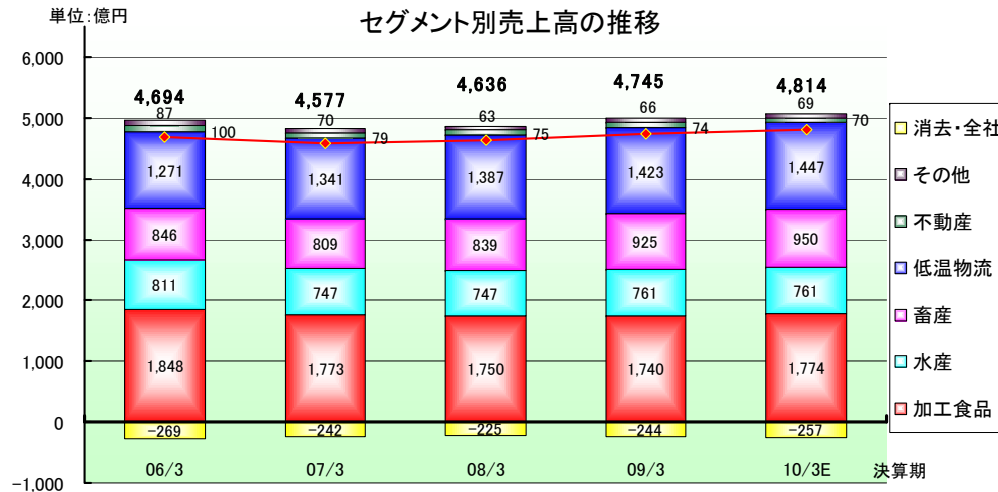
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

金額: 単位未満切り捨て

	09/3実績	10/3E	09/3比
売上高	4,745億円	4,814億円	101%
営業利益	151億円	166億円	110%
経常利益	141億円	145億円	102%
当期純利益	60億円	77億円	128%
ROE	5%	7%	
EPS	19円	25円	

1. 10/3の目標について

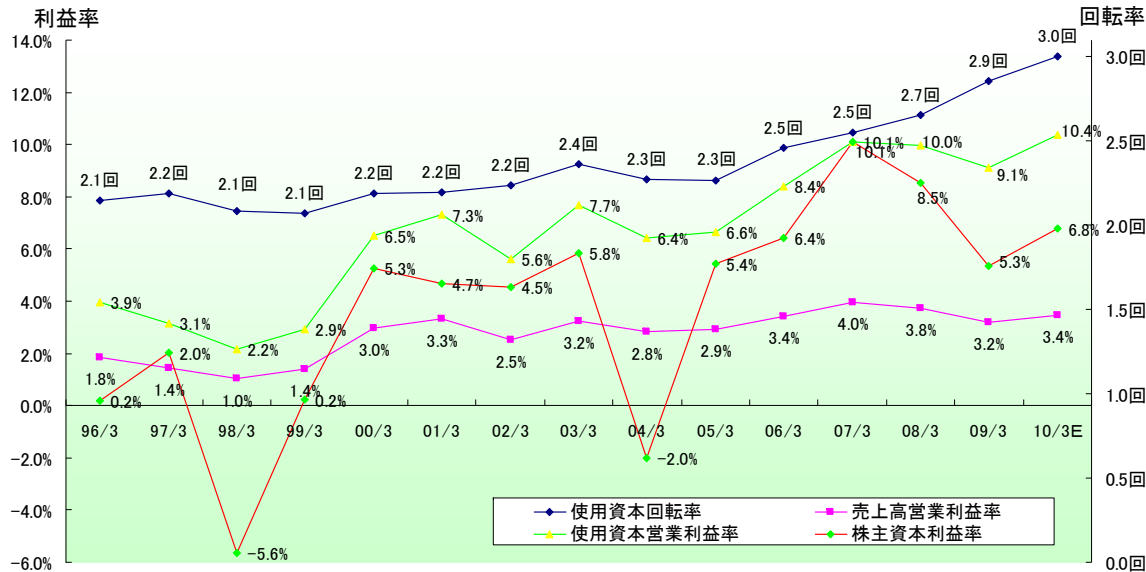
- ① 売上高は、加工食品で2%、畜産3%、低温物流2%の伸び。全体では1%、69億円の増収。
- ② 営業利益は、加工食品24億円と畜産7億円の増益が低温物流6億円と不動産4億円の減益をカバーし、全体では15億円の増益。
- ③ 営業外収支は09/3比12億円の悪化、金融収支が6億円負担増。
- ④ 当期純利益は09/3比で17億円の増益。特別損益はリース会計基準適用に伴う影響額17億円がなくなるなど15億円の改善。



10/3は営業増益に加え特別損益も改善ROEは1.5ポイント上昇

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

使用資本営業利益率・株主資本利益率の推移



注:①株主資本利益率は当期純利益(損失)で算出。
使用資本=株主資本+有利子負債(リース債務除く)-現預金

②07/3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。

③09/3はリース会計導入に伴う過年度会計処理の差異17億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6.3%となる。

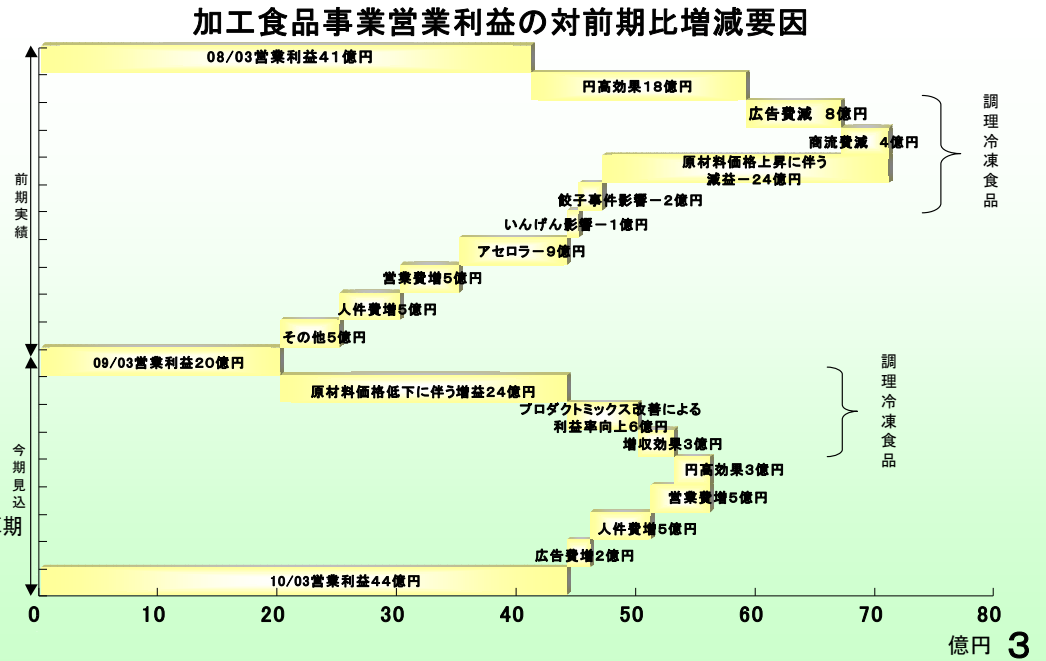
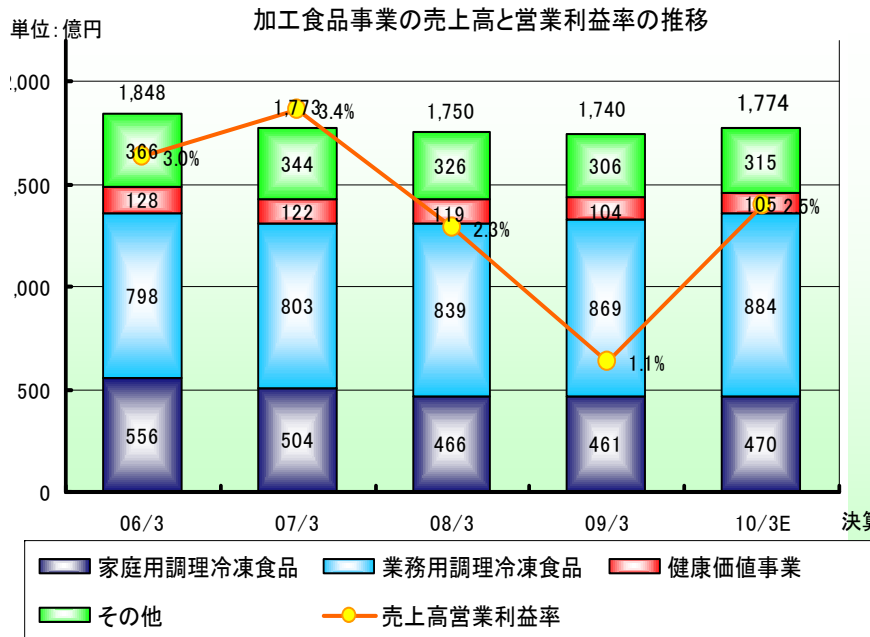
1. 進行中の中期経営計画では、株主資本利益率(ROE)を向こう5年程度先で10%に、株主還元は株主資本配当率(DOE)2.5%、配当性向25%の維持を目標としている。
2. 09/3は、加工食品が原材料コスト上昇を製品値上げで吸収しきれず、また畜産が輸入チキンの市況軟化で採算が大きく悪化したことで、売上高営業利益率が低下、使用資本営業利益率低下の主因となった。一方で使用資本回転率は使用資本がほぼ横這いの中で畜産・水産や低温物流が増収となったことで引続き0.2回転の上昇となった。10/3Eは加工食品の原材料コストの低下などで売上高営業利益率が回復、使用資本回転率も0.1回転の上昇を見込む。
3. 09/3のROEは5.3%と大きく低下した。営業減益のほかに、リース会計導入に伴う一時的な損失17億円を特別損失に計上していることが要因。10/3Eは営業増益に加えて特別損益も前期に比べて15億円改善することで、ROEも1.5ポイント上昇。

加工食品事業の戦略

原材料価格低下と家庭用採算改善で増益、業務用回復は2Q以降

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

- 10/3Eの売上高は中食向けの堅調な伸びと家庭用冷凍食品市場の回復が見込める一方で、ブラジル産鶏肉の供給過剰から冷食チキン製品の需要が停滞しその影響を受けている業務用の回復は2Q以降となる見込み。加えてコスト効率向上を狙い前期後半から進めてきたアイテム集約による一時的な売上減の影響もあり09/3比2%の増収に留まる。
- 営業利益は全般的な原材料価格低下と家庭用が一昨年来の値上げ効果定着により採算性が改善したことで24億円の増益となる。
- 原材料価格は影響の大きかった鶏肉を中心に大幅な低下が見込まれるが、07年年初の水準までは戻らない見通し。
- 09/3の減収・減益要因となったアセロラは、10/3Eでは横這いを見込み広告費・販促費も抑制する、またウエルネスは大手通販業者での取扱いが4月末から開始される。

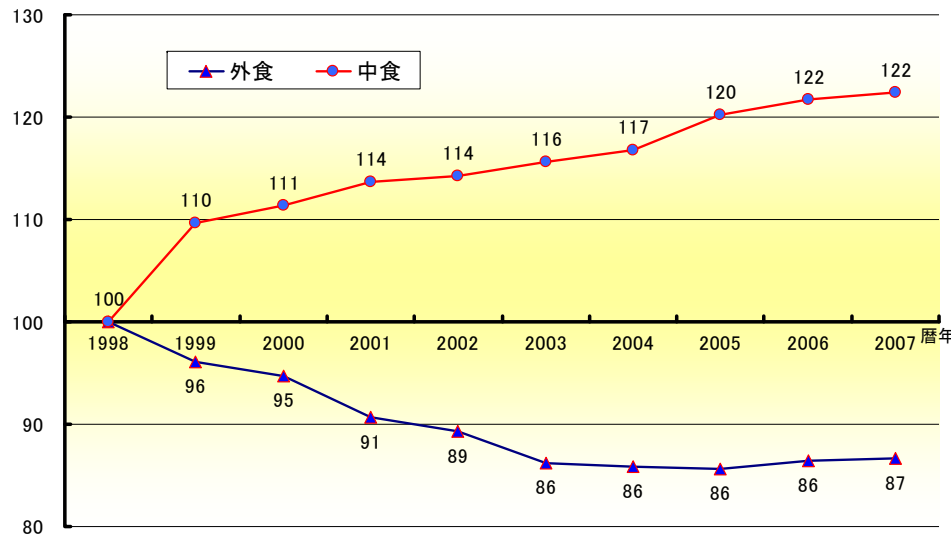


中食向けは堅調に拡大するがチキン加工品が2Qまで足枷になる

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 業務用で当社が強みを発揮する中食市場は、拡大のトレンドに加えて前期から内食回帰の傾向もあり、スーパー惣菜売り場、コンビニエンスストアのレジ周り売り場等の需要は依然として底堅い。
2. 誰でも簡単にロスなく均質な製品を提供できる冷凍食品の特性を生かし、チェーンオペレーションを前提とした大手ユーザー向けを中心に中食需要の大きいカテゴリを戦略カテゴリとして設定し、商品開発力・品質保証力・供給力を差別化ポイントとして取組みを拡大してゆく。
3. ブラジル産輸入鶏肉の供給過剰が解消される2Qまでは主力のチキン加工品が伸び悩むが、下期は加工品需要の戻りに加えOEM製品の仕入コスト低減も寄与することで収益改善が見込める。

1998年を100とした外食産業の市場規模推移



(出典:外食産業総合調査研究センター資料を当社で加工)

中食市場向け戦略カテゴリの状況

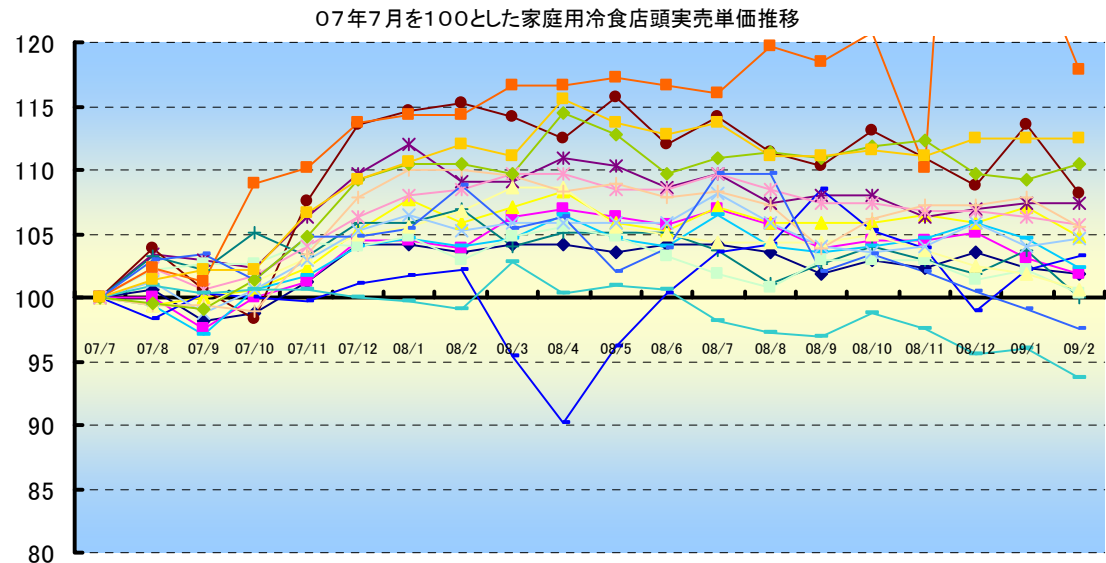
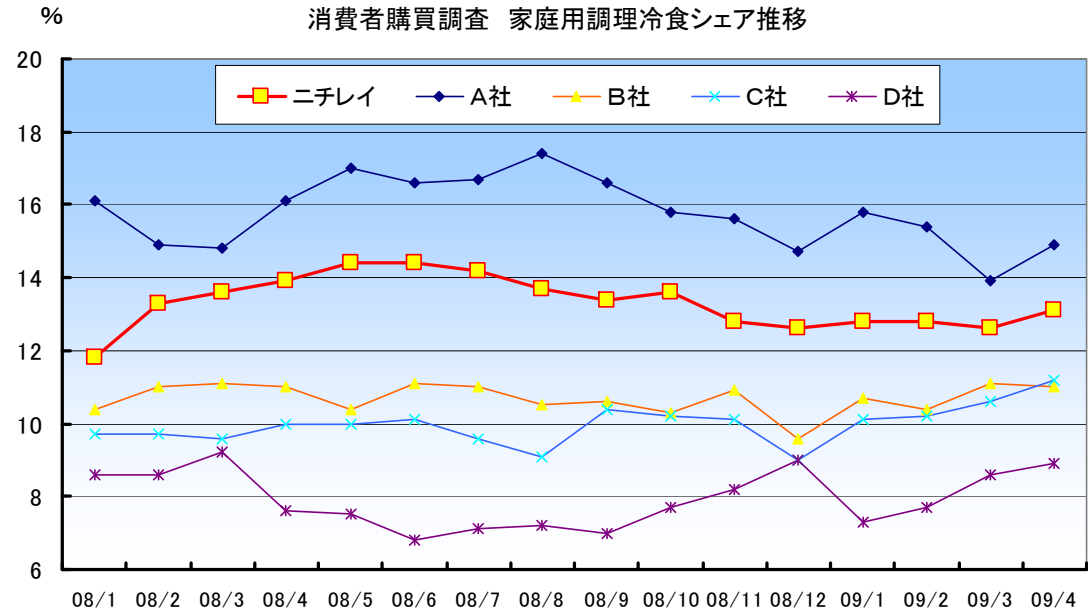
商品カテゴリ	市場規模	市場成長性	シェア
チキン	1400億円	大	業界首位
ポテトコロッケ	330億円	大	業界首位
クリームコロッケ	125億円	中	業界首位
春巻	30億円	中	5割以上
メンチカツ	140億円	小	業界首位

(出展:富士経済調べの市場規模データに基づき当社で加工)

餃子事件以降当社は家庭用市場で相対的に優位なポジションにある

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

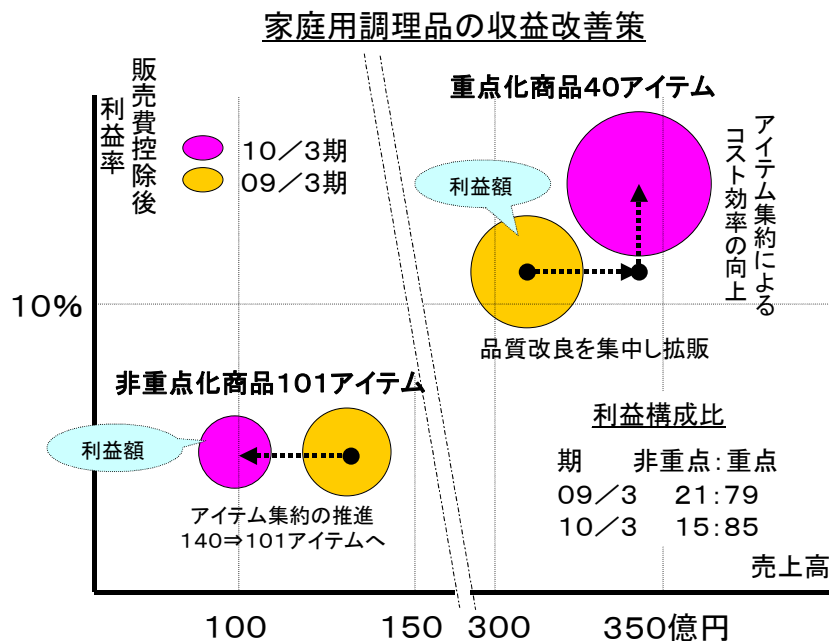
1. 昨年1月末の餃子事件以降、当社は家庭用調理品で中国生産品が少なかったこともありシェアは最大で3ポイント上昇、他社の回復後も拡大したシェアは事件前の水準の1ポイントプラスを維持。
2. 07年10月の価格改定以降、当社商品の店頭実売価格は総じて上昇し定着、その後も価格水準は維持されており、特売回数増加等による単価の下落も見られていない。
3. 一方でPB商品については価格志向の商品が各社から発売され、PB（プライベートブランド）が店頭価格の実質的な引下げを担い、今後NB（ナショナルブランド）とPBの二極化が進むと考えられる。



アイテム集約を進め原材料の品目数絞込効果などでコスト効率向上

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

- 1.08/10~09/3の半年で家庭用は21%、業務用は8%のアイテム集約を完了
- ① アイテム集約による10/3売上高への影響は、主に重点化商品の品質改良による増収効果で吸収するものの、その伸び率は調理冷食全体で2%に留まる。
 - ② 相対的に利益率の高い重点化商品の売上構成比が上昇する。
- 2.アイテム数や商品のバラエティー化を抑えることが品質保証コストの増大を抑制
- ① 使用原材料の種類が減ることにより、原材料規格証明の徴集・確認や原材料取引先への監査にかかるコストが減少する
 - ② アイテム数の減少はさらに製品検査、原材料の産地表示対応などのコスト減にも効果



注:家庭用調理品から生協向け商品を除く

アイテム数集約の進捗と売上への影響

	08/9~09/3 アイテム数集約率	10/3 売上高影響
家庭用調理品	▲21%	▲39億円
業務用調理品	▲8%	▲32
その他	▲14%	▲3
加工食品計	▲11%	▲74

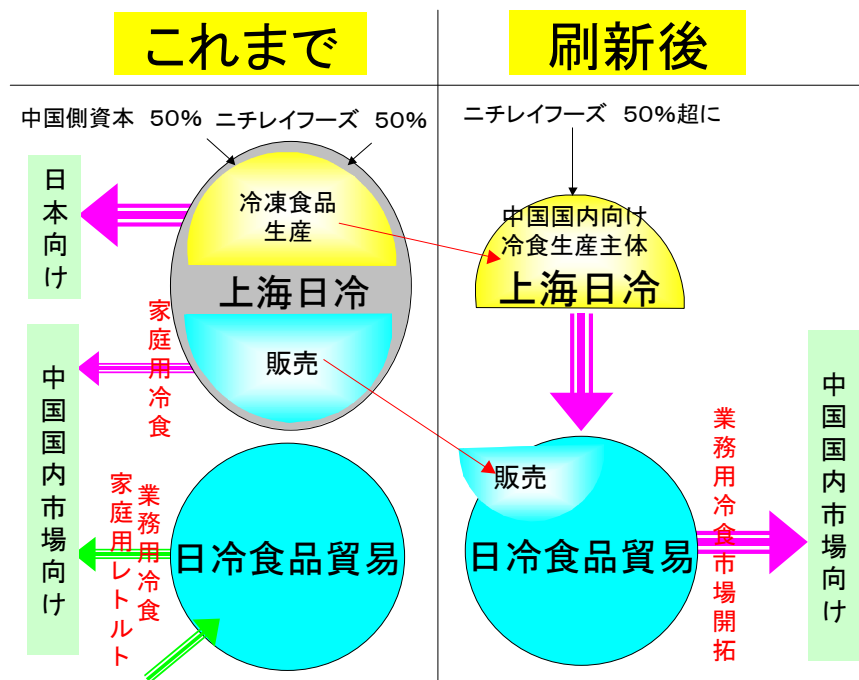
拡大する中国外食市場に狙いを定めて中国の生販体制を刷新する

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1.これまで上海日冷の合併契約により中国国内での販売面の制約が存在したが、今年3月にこれを解消し併せて生販体制を刷新する。

- ① 今後当社がマジョリティを獲得し、中国国内市場での自由な販売体制を確立する。
- ② 上海日冷を中国国内市場向け生産拠点到に役割を変更、日冷食品貿易を通じた販売体制に一本化し、供給力も拡大して大手チェーンの開拓を可能とする。
- ③ 業務用冷凍食品市場の開拓を最優先し、顧客の声を反映した商品開発を急ぐ。
- ④ 2年後の売上高10億円達成を目標とする。

中国の生販体制の刷新



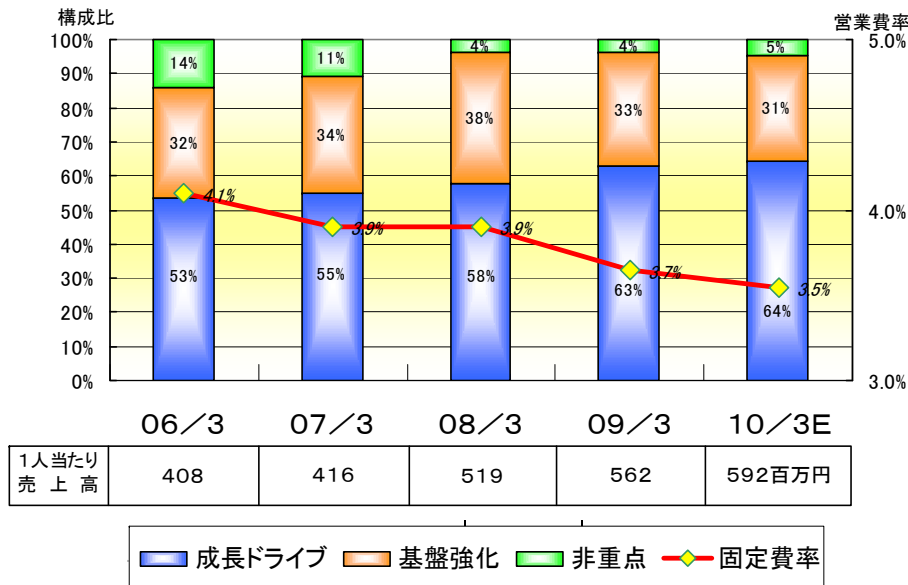
水産・畜産事業の戦略

成長ドライブ領域の拡大と一人当たり売上高伸長で営業黒字が定着

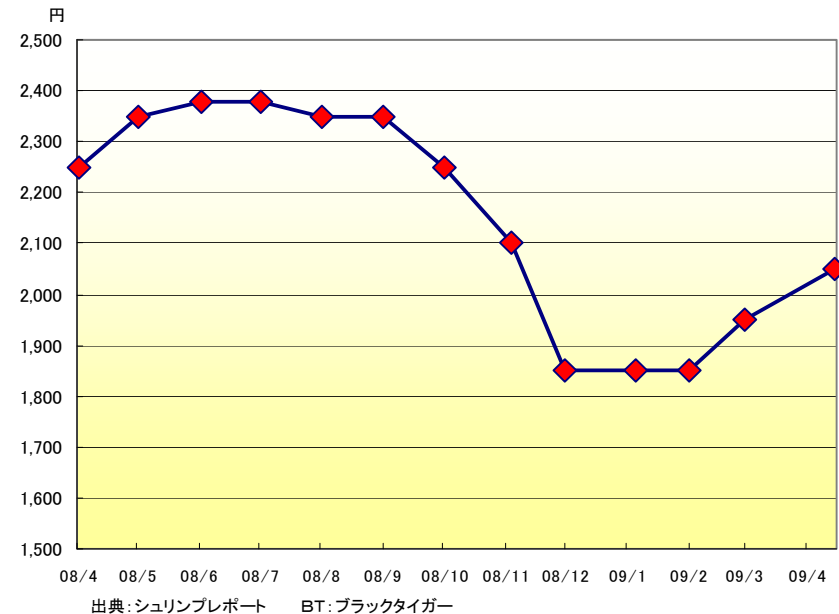
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 10/3Eでは採算改善と得意分野の構成比拡大を想定し4億円の営業利益黒字を見込む。前年下期4億円の赤字要因となった相場下落は回復の見込み。
2. 市況悪化で前年下期に赤字の原因となった商材は当社では在庫整理が終了。
 - ① 下期赤字の主因となったタコ、鮭鱒、エビについては業界全体でも在庫整理が進捗、特に整理の先行したエビを中心にすでに市況は反転しており採算改善が見込まれる。
3. 成長ドライブ領域の構成比を上げることに加え、一人当たり生産性を伸ばし収益力を更に向上させる。
 - ① エビや流通加工品等安定収益が確保できる成長ドライブ領域の取扱商品の選別を更に進める。
 - ② 昨年実施した広域営業体制への切り替えが定着し、一人当たりの売上高が伸び、営業費率が低下、生産性の向上が損益分岐点比率の引下げに繋がっている。
 - ③ 利益率が高く順調に拡大している寿司ネタ商品を今後も強化する。

水産事業の戦略分類別売上構成・売上高営業費率推移



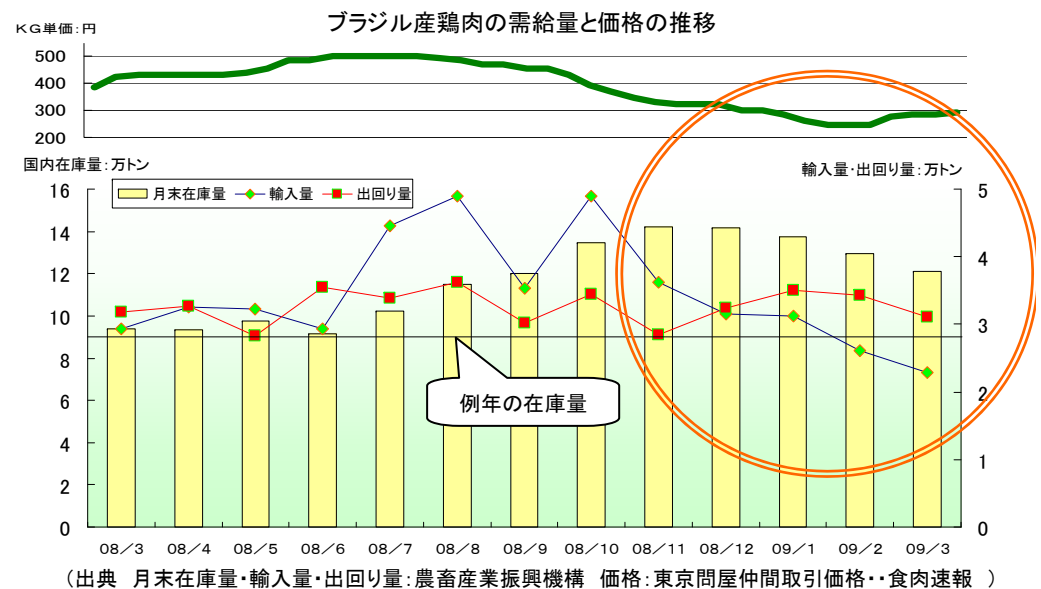
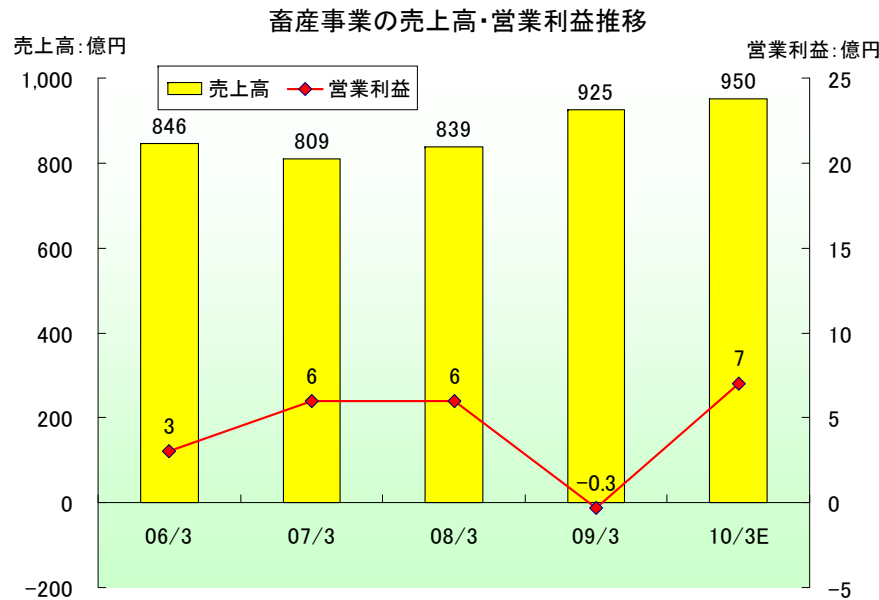
インドネシアエビBT16/20東京一次問屋卸値推移



2Q以降ブラジル産チキンの需給は改善し採算は正常化する見通し

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 09/3にブラジル産輸入チキンの需給悪化などで30百万円の営業赤字となった畜産は、10/3Eでは2Q以降その回復を織込み7億円の営業利益を見込む。
2. 赤字の主因となったブラジル産チキンは、昨春から需要拡大基調の中で価格先高の思惑も絡み輸入量が急拡大したが、8月に価格がピークアウトすると需要は急速にしばみ年末にはかつてない国内在庫量を抱え、価格は半年の間に50%下落、当社も在庫や発注済みの契約で8億円の損失を計上したが、09/3で損失処理は終了した。
3. 今年に入り、業界各社の輸入量絞込みとスーパーなどの特売も加わり消費量が増えていることから需給調整が順調に進みはじめており7月頃には需給が正常化する見通し。



低温物流事業の戦略

為替換算で目減りする欧州や景気の影響を受ける地域保管が減益

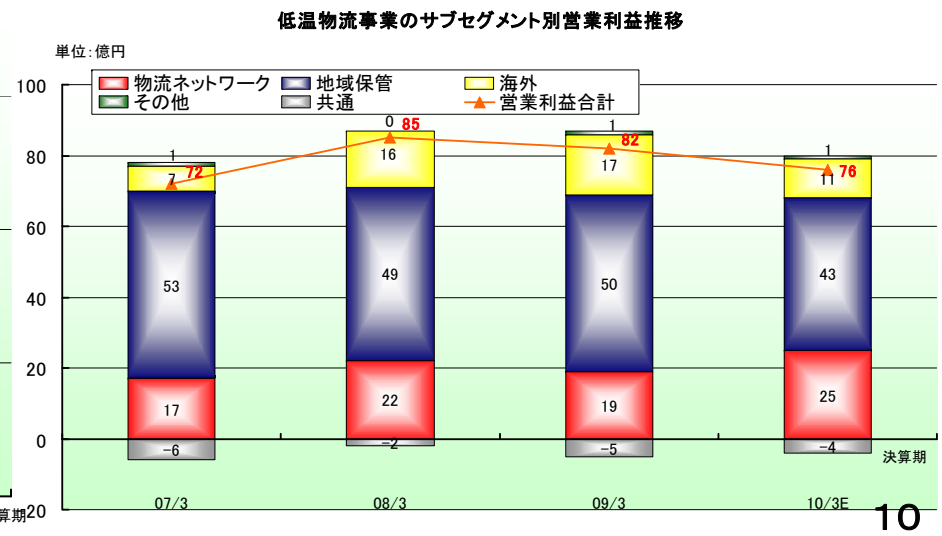
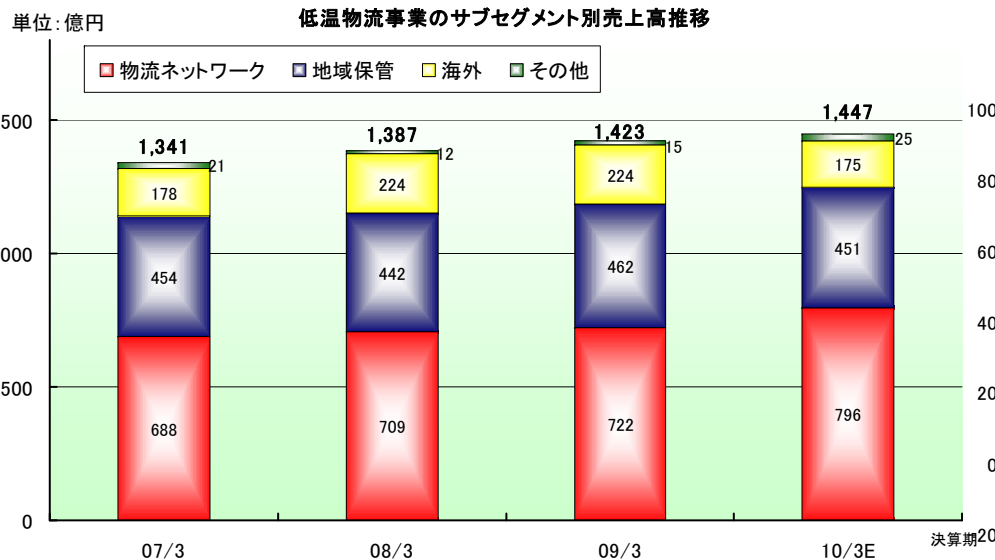
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1.売上高は2%の増収

- ① TCの新規受託と運送の取扱拡大でネットワーク事業は10%増収に
- ② 景気低迷により荷動き悪化が予想される地域保管事業は2%減収
- ③ 海外事業のうち欧州の売上はユーロ安により為替換算だけで18%程度目減りし、海外事業全体で22%の減収(平均レート:08年152円→09年125円)

2.営業利益は6億円の減益

- ① ユーロ安による為替換算だけで3億円減となる海外事業で6億円の減益
- ② 荷動き悪化と新規稼働費用の一時負担が重い地域保管事業で7億円の減益
- ③ ネットワーク事業では運送取扱拡大と燃油サーチャージ負担がなくなることで6億円の増益



立地や貨物特性から欧州事業が受ける景気後退の影響は限定的

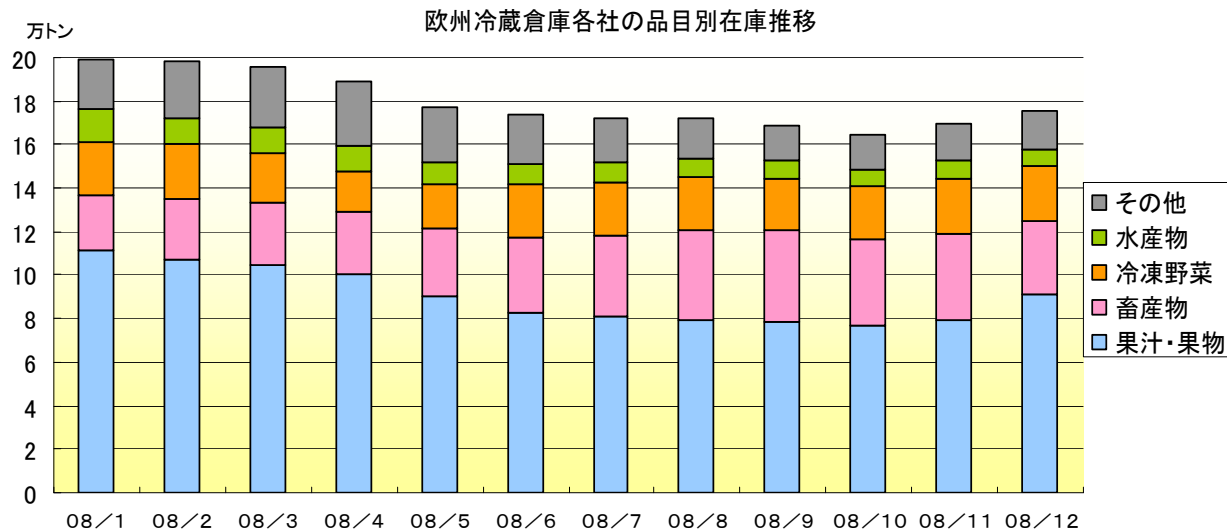
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1.10/3Eではロッテルダム港湾やフォーディングで大幅な取扱量減少は想定していない

- ① 欧州事業の設備の半分以上は輸入食品のハブ港で内陸輸送の起点となるロッテルダム港に集中、それぞれサービスの差別化が進み顧客を確保しており、欧州域内の景気に大きく左右されにくい。

2.主な品目ごとの特徴は以下の通り

- ① 果汁：中南米各国からの輸入濃縮果汁がメイン。品質管理・ブレンド等のサービスにより大きく差別化され高い取扱シェアを持つ。前期は期央にハリケーンの影響により搬入が減少したが期末にかけ回復、今後も大きな落込みはない見通し。
- ② 畜産物：ブラジルからの輸入鶏肉が主体で、牛肉からの代替需要やリアル安で昨年後半以降も輸入量が安定している。ブラジル産鶏肉は大手顧客を確保しており取扱いは漸増傾向に。
- ③ 冷凍野菜：ヨーロッパ内陸部で収穫・加工された冷凍野菜の保管が主体。果汁や畜産物と比較すると作柄の影響を受けやすい。過去2年間順調に集荷が進んだが今後は減少の見込み。
- ④ フォーディング：輸送業務は物量変化の影響を最も受けやすく為替換算に次ぐ減収要因だが、保管業務と比べて利益率が低いため営業利益への影響は小さい、通関業務は畜産物主体に好調。

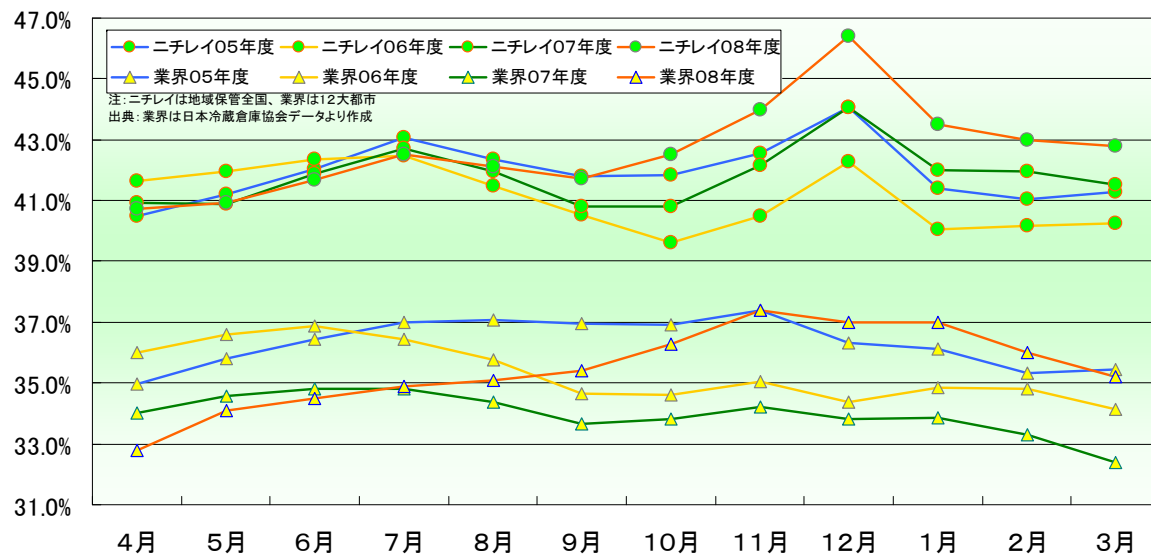


地域保管は荷動き鈍化を想定、厳しい環境下でさらに差別化を図る

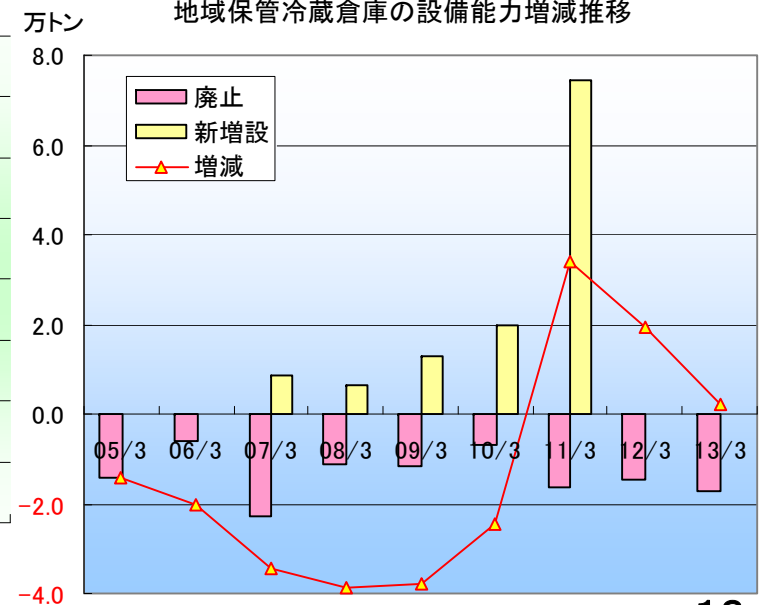
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 業界では09／3期後半から在庫回転率が低下し滞貨の傾向が見られ、今後は荷主の搬入量調整により在庫率が徐々に低下してゆくことが想定される。
2. 当社は地域に密着した営業力を最大限に活用し、業界内での差別化を図り新規貨物の獲得を進めることで在庫率低下を最小限にとどめる。
3. 現在進行中の冷蔵倉庫の設備投資計画(スクラップ&ビルド)は11／3期稼働分で完了、老朽施設の廃止を先行して進めてきており設備能力トータルでは大きな増減はないものの、消費地での貨物増加に対応した大都市圏への設備能力集中や物流品質向上に必要な各種設備の拡充など今後の競争力強化につながる投資を進めている。

冷蔵倉庫総合在庫率の推移



地域保管冷蔵倉庫の設備能力増減推移

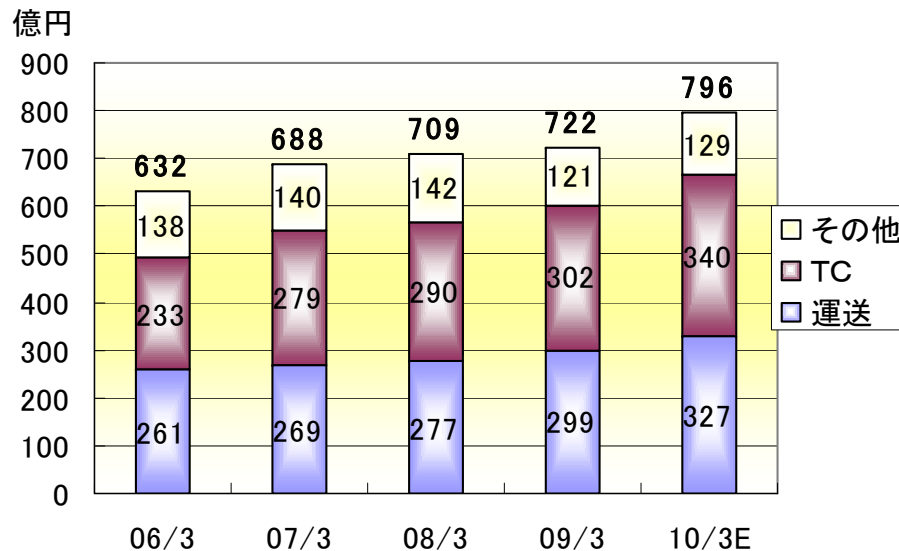


TC案件の獲得と運送拡大に加え燃油コスト負担の低減で増収増益

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 10/3EのTC(通貨型物流センター)受託は前期からの計画通りに進捗する、PB(プライベートブランド)商品増加による低価格化で売上高算定の基礎となる通過金額の減少が予想されるが、新設TCの早期安定稼働や既存施設の採算改善により収益を確保してゆく。
2. 運送事業については、配車管理の一元化や受託業務ごとに運行していた車輛の集約管理などのコストダウンを背景に、より競争力のある提案を行なうことで地域保管冷蔵倉庫の顧客の輸配送業務一括受諾や荷降先での地域産品集荷などの新規顧客獲得を目指す。
3. 燃油コストに関してはサーチャージの負担がなくなり前年比2億円の増益要因に。

ネットワーク事業のセグメント別売上推移



運送事業拡大の打ち手と効果

事業区分	打ち手	増収効果
幹線輸送事業	地域農産・畜産加工品など消費地向けの産地貨物の新規開拓による取扱量の拡大(常温含む)	5億円
	広域顧客の新規幹線物流獲得による取扱量の拡大	2億円
地域面配送事業	物流効率化ニーズに応じた冷食・アイスメーカー共配物流の更なる拡大	3億円
	地域保管事業との連携による運送拡大や幹線便拡大に伴う面配送の集荷・配送の増加により売上増	11億円

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	09/3	10/3E
（売上高）					
加工食品	1,848	1,773	1,750	1,740	1,774
水産	811	747	747	761	761
畜産	846	809	839	925	950
低温物流	1,271	1,341	1,387	1,423	1,447
不動産	100	79	75	74	70
その他	87	70	63	66	69
全社または消去	-269	-242	-225	-244	-257
合計	4,694	4,577	4,636	4,745	4,814
（営業利益）					
加工食品	55	60	41	20	44
水産	-17	-4	-5	3	4
畜産	3	6	6	0	7
低温物流	58	72	85	82	76
不動産	61	45	43	40	36
その他	1	1	2	2	-1
全社または消去	-1	1	2	4	0
合計	160	181	174	151	166

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。  ニチレイ

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に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：

- ①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
- ②米ドル・ユーロを中心とした為替レートの変動
- ③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
- ④新商品・新サービス開発の実現性
- ⑤成長戦略とローコスト構造の実現性
- ⑥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
- ⑦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。