

厳しい事業環境を乗り越えるため 戦略を再点検し収益基盤強化を進める

—10/3下半期の事業戦略—

(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】

セグメント別営業利益目標は加工食品のみ不振を織込み下方修正 1

【加工食品事業の戦略】

業務用は低価格化対応を進めるも大幅な減益要因となる 2

家庭用は環境が好転しており原材料価格低下も寄与し採算が改善 3

業務用は低価格化が進むマーケットへの対応を急ぎ売上回復を図る 4

チキン加工品の積極拡大に向け供給体制を強化する 5

アセロラは機能性と蓄積したノウハウを武器に原料用の販路を拡大 6

【水産事業の戦略】

価格低下の著しい環境下で採算性は前年を上回る 7

【低温物流事業の戦略】

事業環境は厳しさを増しているが欧州の未達分は国内がカバー 8

地域保管は環境が悪化する中でも前年並みの稼働を維持 9

TC通過貨物の価格低下が響くが採算面は効率性向上等でカバー 10

欧州業績は底を打つが下半期はポーランドの新拠点費用が重い 11

【参考資料】

データ集 12

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る。
- ② グラフ中の‘E’は見込みを示している。
- ③ ‘前回E’は2009年7月28日の第1四半期決算の際に発表した10／3期修正見込み、‘当初E’は2009年5月12日の09／3期決算の際に発表した10／3期見込みである。
- ④ 文中の‘Q’は四半期を示している、2Qは第2四半期のこと。

セグメント別営業利益目標は加工食品のみ不振を織込み下方修正

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

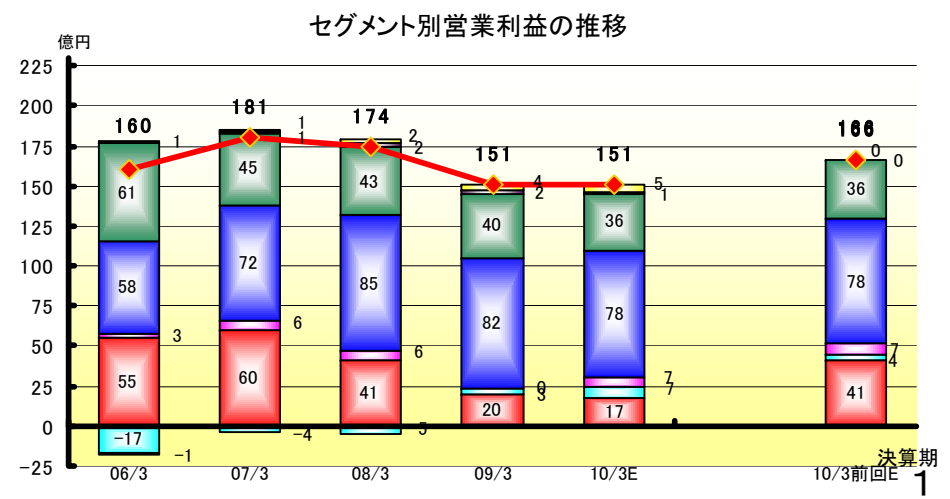
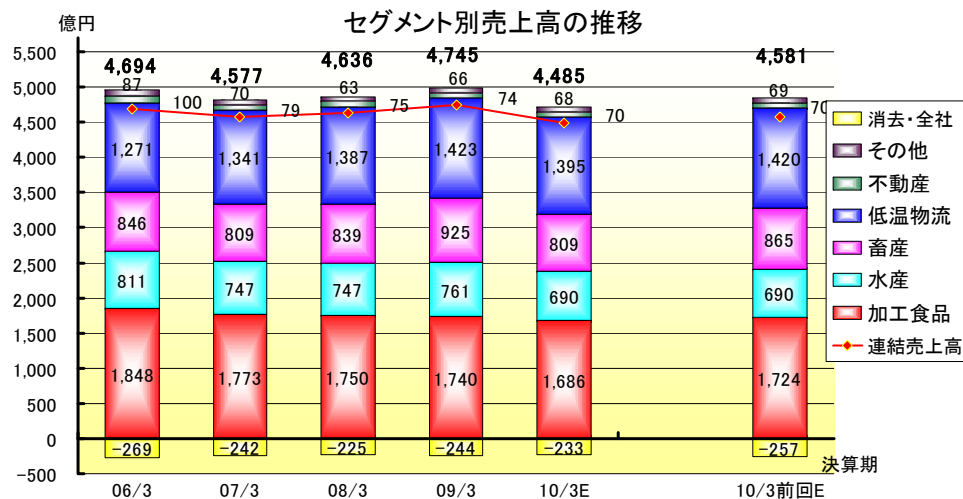
金額: 単位未満切り捨て	09/3	10/3前回E	10/3E	前回E比	09/3比
売上高	4,745億円	4,581億円	4,485億円	▲96億円	▲5%
営業利益	151億円	166億円	151億円	▲15億円	▲0%
経常利益	141億円	145億円	136億円	▲9億円	▲4%
当期純利益	60億円	77億円	78億円	1億円	30%
EPS	19円	25円	25円		
ROE	5%	7%	7%		

1. 10/3Eは売上高を96億円、営業利益を15億円下方修正する。

注10/3前回Eは7月28日に発表したもの

- ①売上高は、業務用の不振とアセロラ飲料事業の売却を織込み加工食品で38億円、畜産で56億円、低温物流で25億円それぞれ下方修正する。
- ②営業利益は、業務用の販売不振とチキン加工品の採算改善で遅れが生じた加工食品を24億円下方修正、水産を3億円上方修正する。

2. 前年計上したリース会計基準変更時差異がなくなったことに加えアセロラ飲料事業の売却益が発生し特別損益が21億円改善、当期純利益は18億円増益の見込み。



加工食品事業の戦略

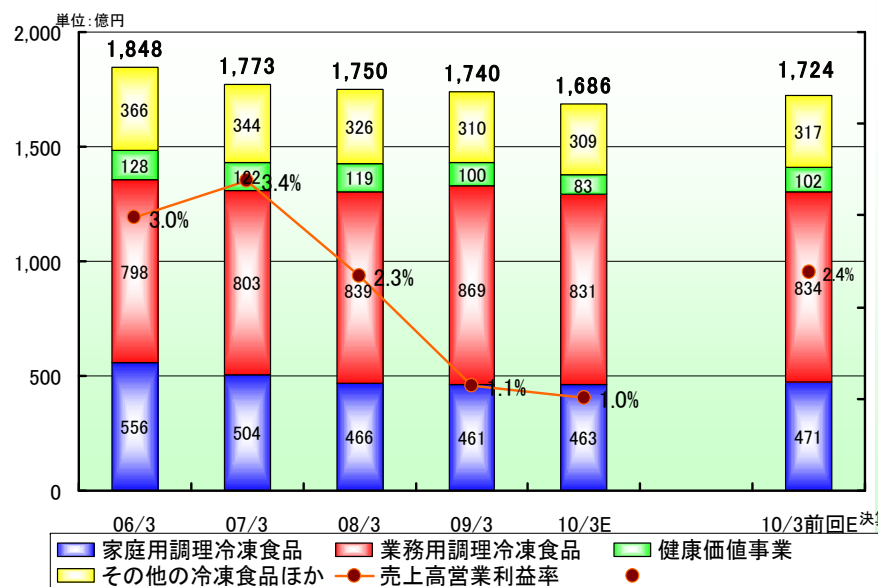
<加工食品事業の戦略>

業務用は低価格化対応を進めるも大幅な減益要因となる

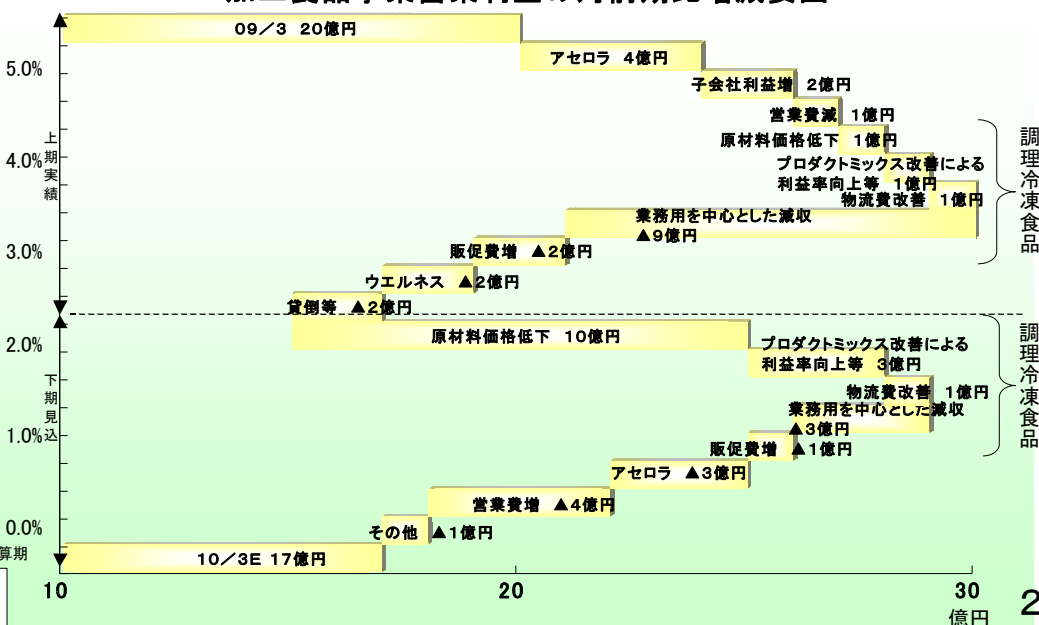
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 家庭用は、前年下半期に実施した8%の売上げに相当するアイテムカット分を主力品の拡販で吸収し前期比微増収。市場の回復は順調で以前のような激しい価格競争は再現しておらず、採算面でもプロダクトミックスの改善効果や原材料価格の低下効果が寄与する。
2. 業務用は、惣菜や外食向けの販売不振対策として値ごろ感のある低価格品の導入を進めるが単価の下落などで売上げは前期比4%減収の見込み、損益面でも上半期・下半期合わせて12億円の減益要因となる。また、上半期はチキン加工品の原材料価格低下による採算改善が目標どおりに進まず厳しい状況におかれたが下半期には改善が進む見通し。チキン加工品は更なる拡販に向け供給体制を強化する。
3. アセロラは、上半期は広告費や販促費の圧縮で4億円の増益要因となったが下半期は期中から売上げの計上方式が変わり3億円の減益要因となる。

加工食品事業の売上高と営業利益率の推移



加工食品事業営業利益の対前期比増減要因



家庭用は環境が好転しており原材料価格低下も寄与し採算が改善

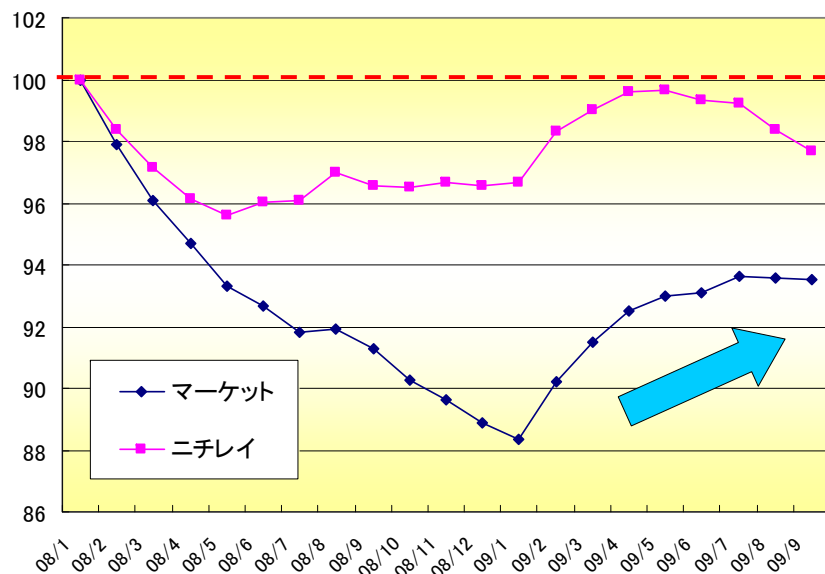
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 家庭用では業界環境が好転しており採算改善が進んでいる。

- ① 08年1月に発生した餃子事件の影響が薄れてきたことに加え、内食拡大も追い風となりマーケットが回復している
- ② 既存商品に関しては07年秋の値上後の店頭販売価格は概ね維持されており、店頭での値下げや割引販売が激化する兆しは見られない
- ③ 畜肉・小麦粉・油等の原材料価格は低下傾向にあり採算改善に寄与している

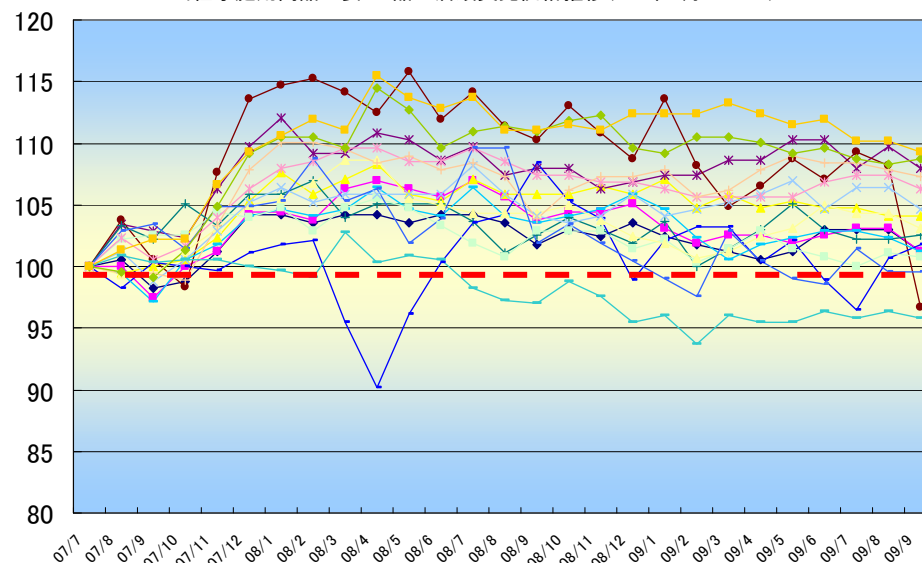
2. 今年度は増量セールなど販促費を使用しないキャンペーンが好調に推移している。今後も店頭で商品を手にするエンドユーザーに直接訴え、メーカーが主導できる販促手法を拡大してゆくことで、販促費のコントロールと売上拡大のバランスを取ってゆく。

餃子事件後の家庭用調理冷凍食品マーケット推移 (08年1月=100)



* 100世帯当り購入金額を過去12ヶ月移動平均法で季節調整

当社家庭用商品主要20品の店頭実売価格推移 (07年7月=100)

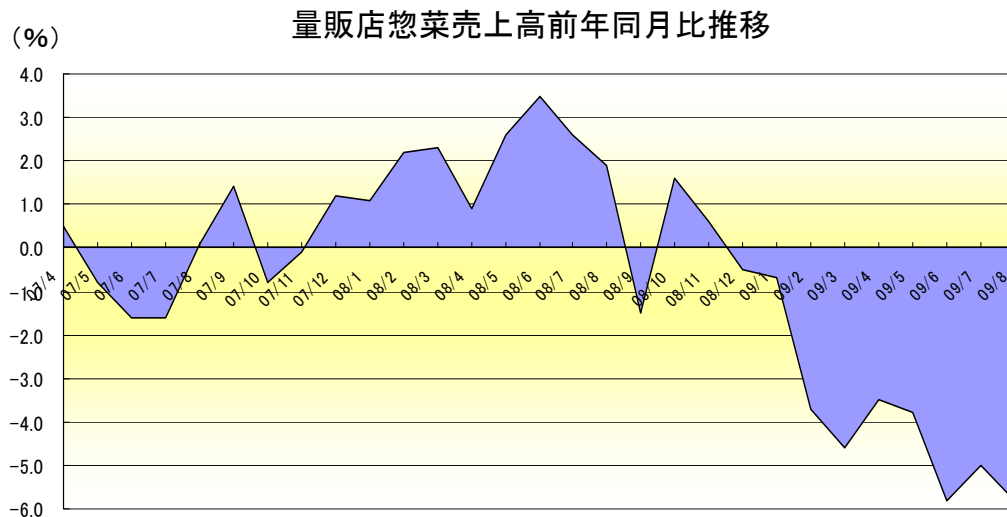


<加工食品事業の戦略>

業務用は低価格化が進むマーケットへの対応を急ぎ売上回復を図る

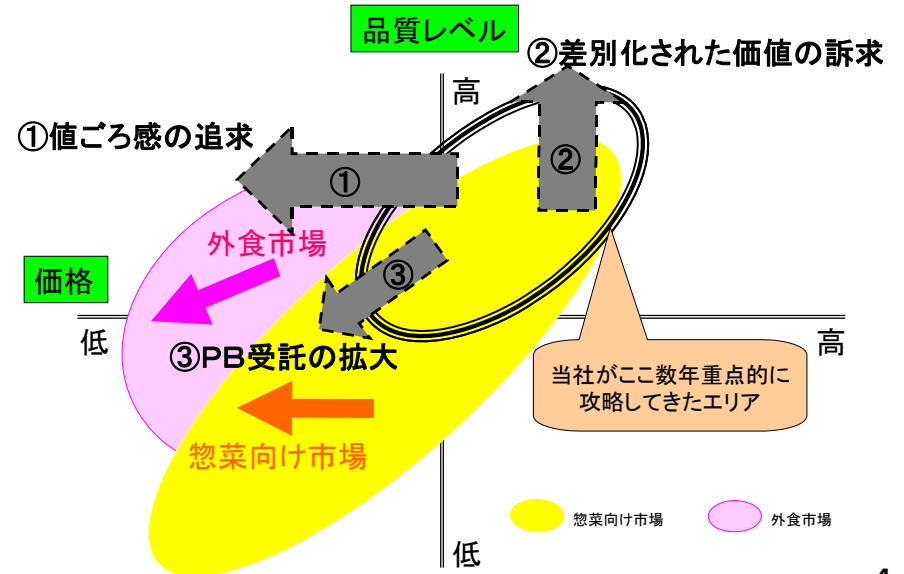
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 金融危機を境にスーパー惣菜売場などの業務用マーケットは縮小が続いている。このため売場の活性化策として一部では高価格帯から低価格帯へ商品の切替が行われた。
2. 高価格帯向け商品を重点的に販売してきた当社は上記の影響を受け売上が減少。下期より以下の対策を実施し回復を図る。
 - ① 重点攻略エリアから外れていた低価格帯向けに9月から高品質かつ値ごろ感ある商品の投入を行っており低価格帯への切替えの影響を最小限に食い止める。
 - ② 従来戦略である、差別化技術により実現できる高品質と価値の訴求は継続、高価格帯品の更なる品質感アップと地道な店頭販促で主戦場への消費者の呼び戻しを行う。
 - ③ 上記①②を補完する位置づけとしてPB受託によりライン稼働の安定化を図る。



出典：日本チェーンストア協会発表のデータを当社で加工

業務用市場における当社の戦略

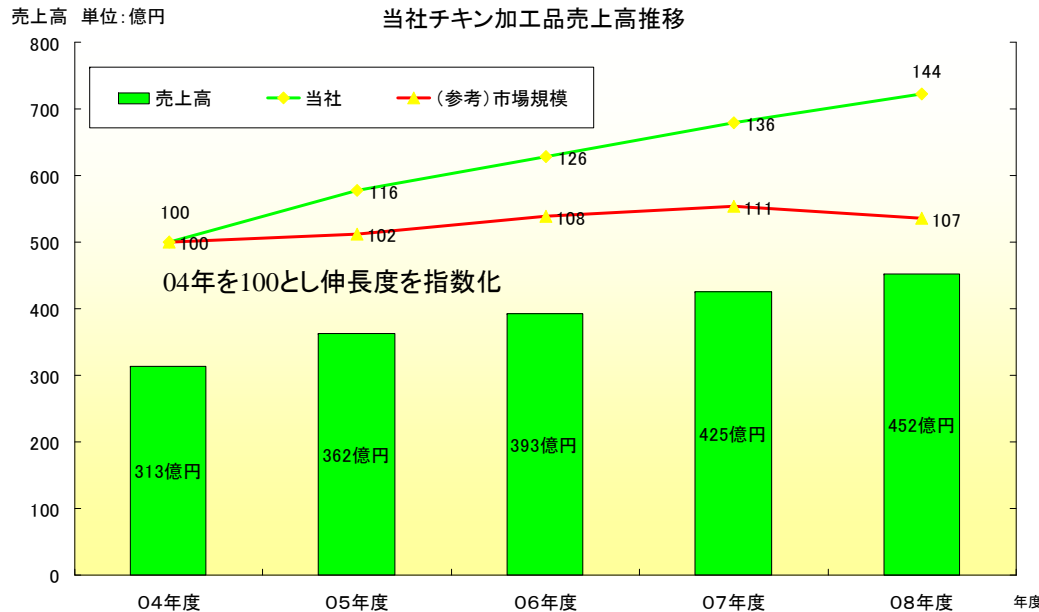


<加工食品事業の戦略>

チキン加工品の積極拡大に向け供給体制を強化する

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 当社の主力商品カテゴリーであるチキン加工品は中食市場向けフライドチキンやから揚げを中心に取扱いを拡大し、この5年間ではその売上げ規模は1.5倍近くに伸長した。
2. 伸長分の調達にはOEM中心に行ってきたため拡大する販売に対し供給体制が脆弱となり、原料価格や中国産品の品質保証問題など採算面での外的要因の影響度が大きくなっていった。そこで昨秋から供給体制強化に取り組むことを決定、品質・価格・供給量の各面で安定化を図り今後の拡大に備えることとした。来秋には新工場や既存工場の増設が完了、自社グループ内の生産比率は08年から25ポイントアップし、85%となる。
3. 安い価格やヘルシー感から鶏肉需要は今後も伸びると考えられており、現状では冷凍食品の普及率が決して高くないことなどからも、チキン加工品には更なる拡大が見込まれる。



チキン加工品供給体制の変化

	原料	生産	08年	→	10年
タイ	GFPT	新会社(GFN) 2010年稼働	0%	→	20%
	養鶏業者	SUNIF 2010年増設	25%	→	30%
イ	自社養鶏	OEM先	30%	→	0%
中国	自社養鶏	OEM先	10%	→	15%
国内	国内・ブラジル鶏肉	自営・子会社工場	35%	→	35%
自社生産比率			60%	→	85%

● は自営もしくは子会社
○ は2009年度中に取引終了

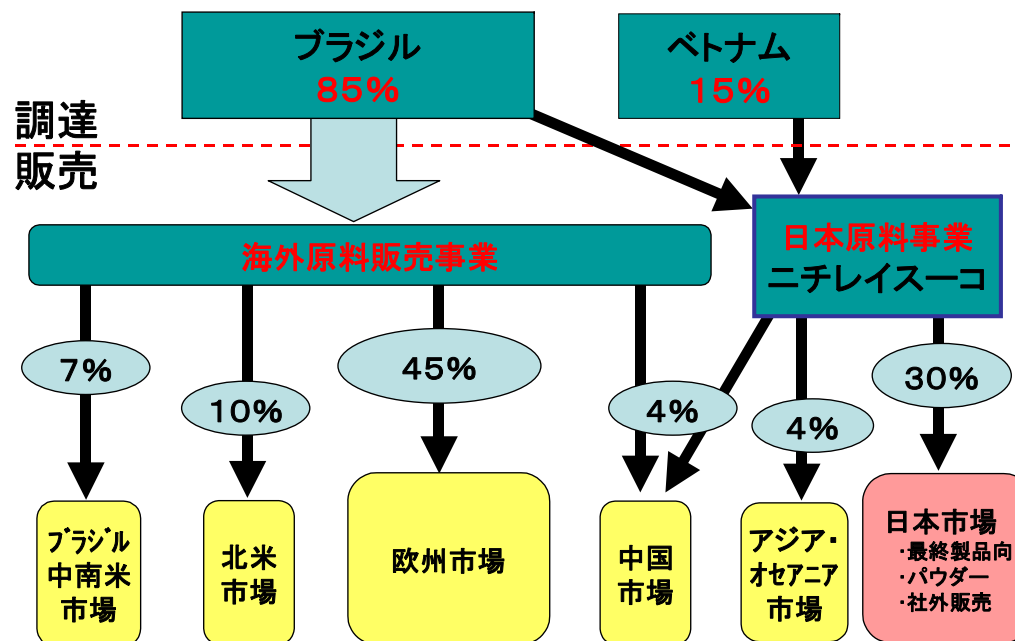
<加工食品事業の戦略>

アセロラは機能性と蓄積したノウハウを武器に原料用の販路を拡大

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. アセロラ原料事業ではブラジルとベトナムから調達した果汁を、日本、欧州をはじめ世界各国に販売。08年度売上高は約21億円で、ニチレイグループの全世界推定シェアは3割強。
2. 日本国内ではアセロラ単体の飲料用途がメインであるのに対し、海外市場では主にビタミンCの補完を目的としたミックスジュース用原料として使われている。従って果汁のビタミン含有量の保証力は非常に重要であるが、当社は育種・搾汁・濃縮・ブレンド・検査・低温流通に至る一貫した体制を持ち、それによって蓄積されたノウハウが強みとなっている。
3. アセロラはビタミンC以外にもポリフェノールなどのさまざまな成分が含まれ、収穫時期の違いで異なる成分を含有するなど、今後研究が進む中でその機能性に対する注目度は更に高まると思われる。

当社アセロラ原料事業系統図(2009年想定金額ベース)



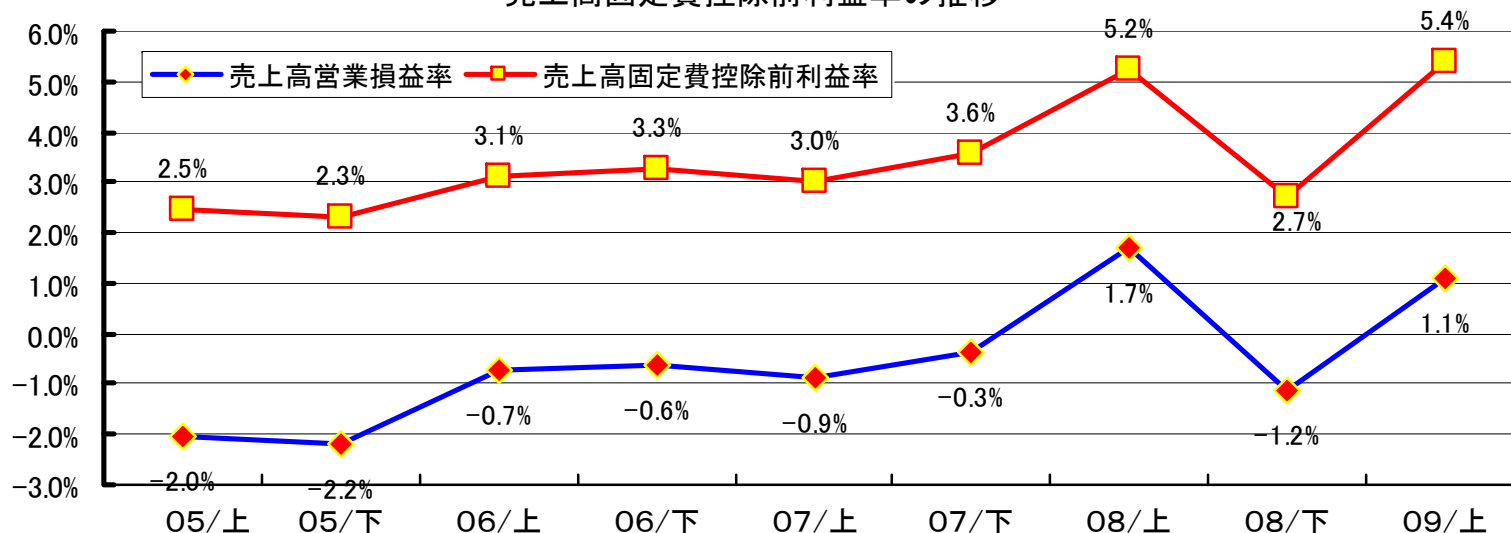
水産事業の戦略

価格低下の著しい環境下で採算性は前年を上回る

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **ニチレイ**

1. 固定費控除前の利益率では前年を上回る水準を計上、利益率の低い商材の絞込みを進めるとともに、エビ・たこや寿司ネタなど重点分野・得意商材の拡販に成功、採算の改善につながる。
2. 09／上は全般的な価格低下に加え不採算商材の取扱い縮小を推し進めたことにより一人当たり売上高が減少した。そのため固定費比率は前年と比べ上昇したものの、販売面での採算が向上し吸収できている。
3. 買付けを抑制し在庫金額を圧縮しているため、在庫回転率は昨年より向上、不採算在庫もなく、身軽に下半期に向かえるため、今後も現状の採算を維持できる見通し。

ニチレイフレッシュ水産事業(単独)
売上高固定費控除前利益率の推移



上記売上高営業損益率はセグメント情報で開示している水産事業連結の営業利益率とは異なる

低温物流事業の戦略

事業環境は厳しさを増しているが欧州の未達分は国内がカバー

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

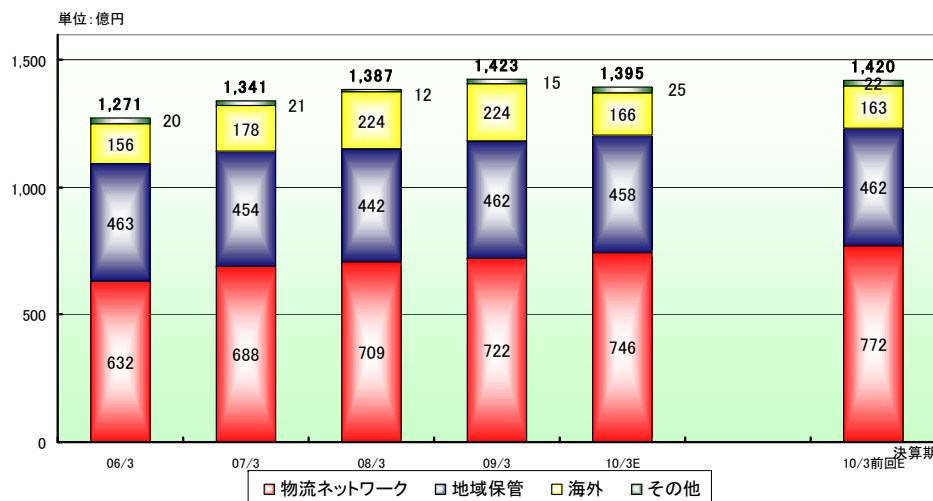
1. 通期の売上高は前期比2%の減収を見込む

- ① 地域保管は、景気後退から業界の入庫量減少が顕著だが、当社は強い集荷力を生かし上半期は前年を上回る在庫率を維持、下半期も大きな崩れはないものの通期は1%減収に。
- ② ネットワークは運送業務の新規顧客獲得が目標を下回る上に既存センターの売上減少で目標の達成は難しいが、下半期は新センター2件の稼動もあり通期では3%の増収に。
- ③ 海外は欧州がユーロ安により為替換算だけで14%程度目減り、輸配送と果汁専門冷蔵倉庫の取扱い減も響き、海外事業全体では通期26%の大幅減収。

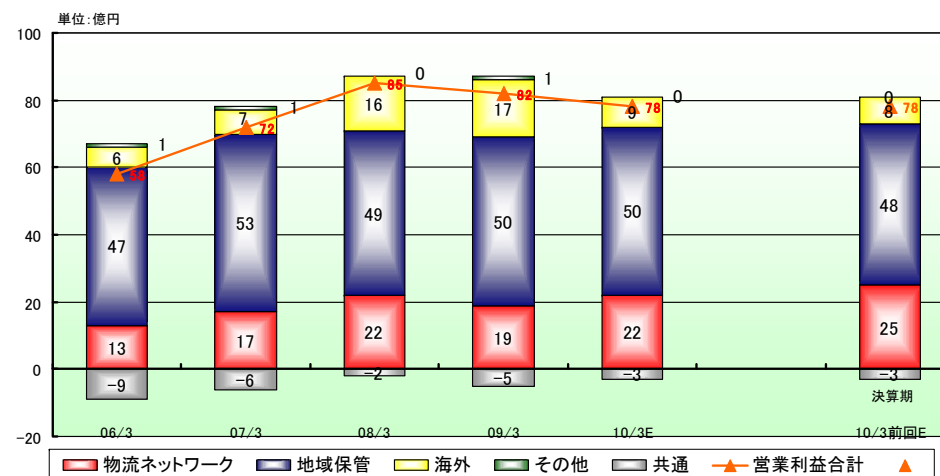
2. 通期の営業利益は前期比4億円の減益を見込む

- ① 地域保管は環境悪化の中でも前年を上回る在庫率を維持、下半期も大きな崩れなく前期比横這い。
- ② 海外の業績は下半期に底打ちの見込みだが、当面ポーランド新拠点の負担もあり通期8億円減益。
- ③ ネットワーク事業は運送需要やセンターの低迷を作業効率の改善などでカバーし通期3億円増益。

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

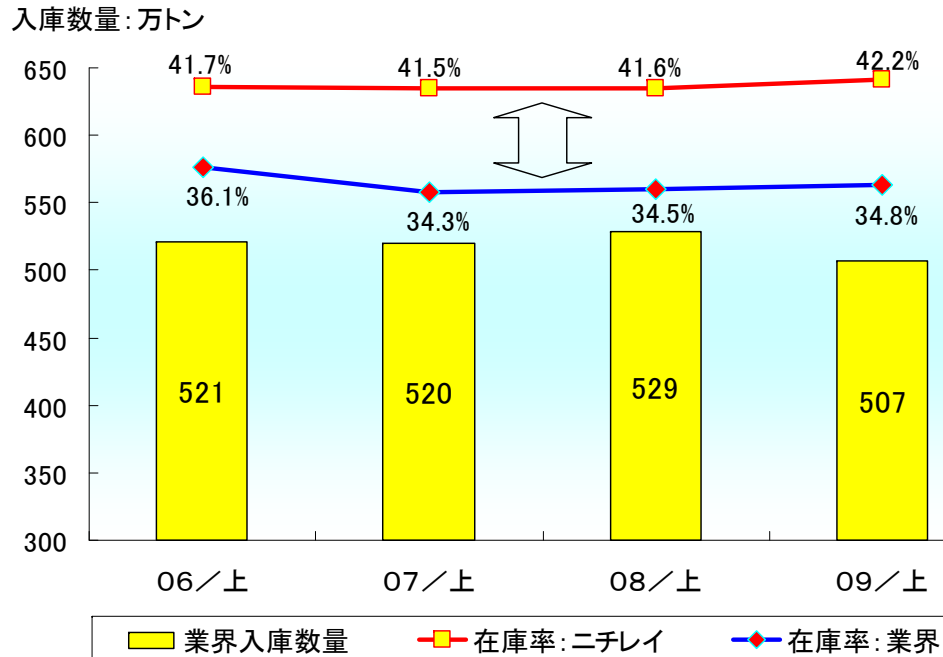


地域保管は環境が悪化する中でも前年並みの稼働を維持

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 今期に入り冷蔵倉庫業界では畜産物の滞貨解消や商社や食品メーカーの原料買付けの絞込み、製品在庫の圧縮など、景気後退の影響から在庫量が顕著に減少してきた。そうした中で当社の冷蔵倉庫の総合在庫率は依然前年を上回る水準で推移、営業利益も前期比増益となって全体の業績を下支えしている。
2. 当社では、2004年春の冷蔵倉庫運営会社の地域分社化以降、各地域に密着した営業活動を強化していることで、総合在庫率は業界を上回る水準を維持し、その差はさらに拡大を続けている。

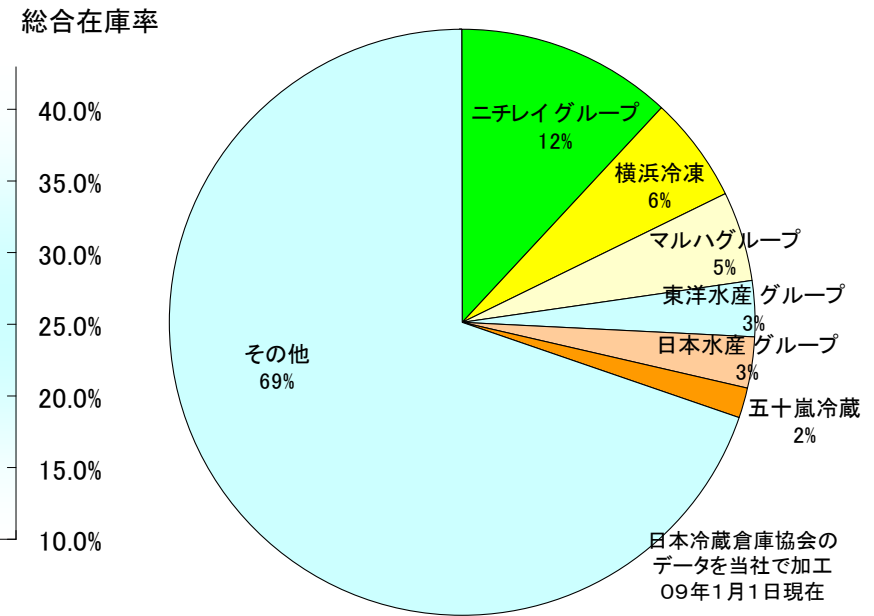
冷蔵倉庫業界の入庫数量と総合在庫率の推移



業界は日本冷蔵倉庫協会のデータを当社で加工

業界は12大都市、当社は全国

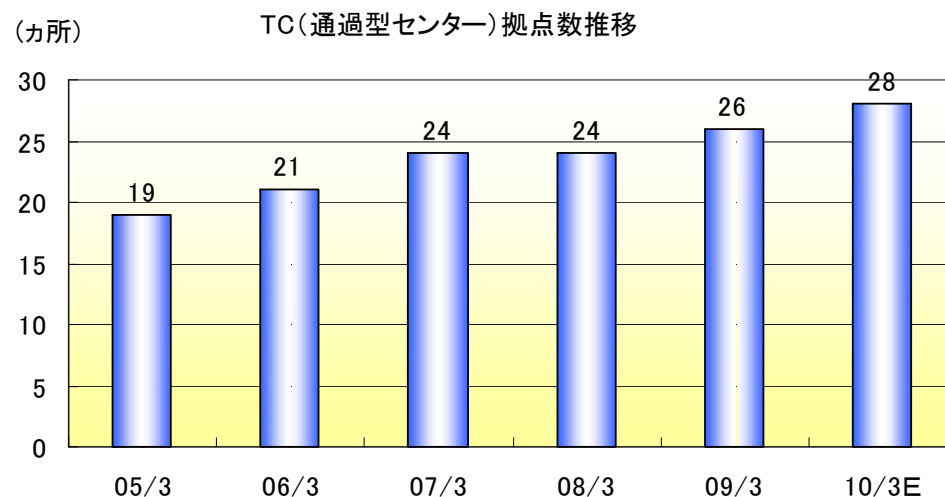
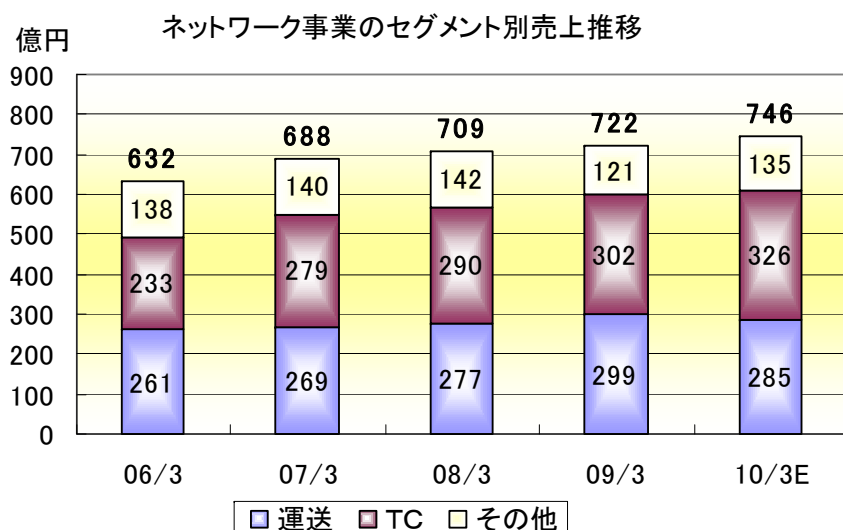
冷蔵倉庫保管能力シェア



TC通過貨物の価格低下が響くが採算面は効率性向上等でカバー

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 食料品全般の低価格化傾向を反映して、スーパーの物流センターを請け負うTC(通過型センター)の売上げ算定基礎となる、通過物量当たりの商品金額が減少しており厳しい採算環境にあるが、作業効率の向上や配送の見直しなどでコストダウンを進めており、収益面では前年水準を維持している。
2. 下半期には2件のTCを新設、来年度も2件の新規受託が決定しており事業基盤の拡大を進める。
3. 一方で、運送事業は新規顧客開拓などで遅れが出ていることに加えて、社内加工食品部門の冷凍食品の取扱い減少もあり苦戦している。地域保管事業所と連携した地域産品の集荷や常温品の取込みによる地方発便の積載率向上やTCの配送車両を活用し価格を抑えたサービスで新規顧客の開拓を進める。



欧州業績は底を打つが下半期はポーランドの新拠点費用が重い

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

1. 欧州では景気後退の影響で運送需要の低下と競合先との運送料金競争が激化。大口顧客からの冷蔵倉庫料金の引下げ要求なども業績低下要因となった。
2. 一方で、昨年来中南米の天候被害による冷凍果汁の生産量減退が響いてきた果汁専門冷蔵倉庫が下半期に入り在庫量が拡大し始めていること、チキンの搬入が相変わらず活発でロッテルダム地区では高水準の在庫量を維持していること、オランダ内陸部の冷蔵倉庫では冷凍野菜の集荷が好調なことなど、好転の兆しが現れている。
3. ポーランドではラドムスコセンターが8月に稼動を始めたが、当面は新拠点費用として、減価償却費の増加や安定稼動までの費用負担が重荷となる。

種別	社名	所在地と業容	概要と特徴	上半期の状況と課題	下半期の状況と対応
冷蔵倉庫	ヒワ・ロッテルダム	ロッテルダム港湾で果汁の保管業	果汁専門冷蔵倉庫、品質検査・デドラミング・ブレンディングに対応する設備を有する	天候要因による中南米からの果汁の搬入減による在庫減と100%ジュースの消費量減による付帯加工収入の減少。	新シーズン入りし搬入時期を迎えるレモン・オレンジ果汁原料の集荷が順調で在庫水準は昨年を上回って推移。
	ユーロフリゴ・ロッテルダム	ロッテルダム港湾で冷蔵保管業	畜肉、水産物、凍菜等の扱い多く、動物検疫設備併設	チキン中心に搬入が順調、大手顧客から保管料値下げ要請があり採算が悪化。	チキンの輸入量は徐々に減少、今後は輸入水産物で在庫を確保しつつ、在庫水準の維持を図る。
	ユーロフリゴ・フェンロ	オランダ内陸で冷蔵保管業	農産品の保管を中心にPVBフィルム取扱う	景気後退でビルの建設や自動車の窓に使用される樹脂フィルムの保管・加工が減少。	単価は低いものの冷凍野菜の集荷が順調に進み在庫量を確保。
	フリゴロジスティクス	ポーランドで冷蔵保管業	05年に冷蔵倉庫を買収、アイスクリームや冷凍食品が主力貨物	景気後退の影響を受け、大手顧客の販売不振から在庫量が減少、競合の増設により集荷競争も厳しくなる。	ラドムスコセンターが8月に稼動、大手顧客のポーランド国内物流業務の中心を新センターに移し、効率化を進める。大手流通の物流業務も新たに受託。
輸配送	テルモトラフィック・ドイツ	ドイツを拠点に欧州全域を対象に輸配送業	ヨーロッパ全域をカバーする輸配送業務とフォワーディング業務	運送需要低下。特に東欧圏では中東からの新規業者が低料金を武器に参入、料金下落で採算性の低下が著しい。	営業力強化による集荷の拡大、コスト削減等体制の再構築が急務。
	テルモトラフィック・オランダ	ロッテルダムを拠点にフォワーディングがメイン		上期はチキンの輸入量多く需要は確保、フォワーディング業務は大手顧客の引抜き競争が激しく厳しい。	チキン大手の合併に伴いフォワーディング業務の受託一元化を提案し、取扱い拡大を狙う。

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	10/3 前回E
(売上高)						
加工食品	1,848	1,773	1,750	1,740	1,686	1,724
水産	811	747	747	761	690	690
畜産	846	809	839	925	809	865
低温物流	1,271	1,341	1,387	1,423	1,395	1,420
不動産	100	79	75	74	70	70
その他	87	70	63	66	68	69
全社または消去	-269	-242	-225	-244	-233	-257
合計	4,694	4,577	4,636	4,745	4,485	4,581
(営業利益)						
加工食品	55	60	41	20	17	41
水産	-17	-4	-5	3	7	4
畜産	3	6	6	0	7	7
低温物流	58	72	85	82	78	78
不動産	61	45	43	40	36	36
その他	1	1	2	2	1	0
全社または消去	-1	1	2	4	5	0
合計	160	181	174	151	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。