

2010年5月13日 説明会

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

厳しい環境下で各事業の存在感を高め 着実な成果を残す

—11/3から13/3までの中期経営計画—

(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。 

【新中期経営計画のポイント】

- 新中期経営計画の目標値 1
- 設備投資はピークを超え使用資本営業利益率は再び上昇軌道に 2

【加工食品事業の戦略】

- チキンの拡大とその他カテゴリ効率化で営業利益60億円を目指す 3
- 拡大する市場の中で当社のチキン加工品は存在感を増してゆく 4
- インテグレーション実現と自社供給力強化で優位性を高め収益向上 5
- 生産性を各段階で見直し、より強靱な収益体質を構築する 6
- 中期計画初年度は業績回復に向けた軌道への基礎固めの年 7

【水産・畜産事業の戦略】

- 収益安定性の高い事業運営をベースに取扱商材の組替えを進める 8
- ユーザールートでの販売を拡大し収益性の安定・向上を図る 9
- 営業体制を刷新し「こだわり素材と加工品」の取扱割合を向上する 10

【低温物流事業の戦略】

- 収益基盤拡大により減価償却費の増加を吸収して最終年度増益に 11
- 物流ネットワークは引続きTCの受託が売上げ拡大の牽引役となる 12
- 地域保管は大型投資の完成が相次ぎ収益基盤が拡大する 13
- ポーランド新拠点の安定稼働と仏社買収で欧州全域への基盤拡充 14

【参考資料】

- データ集 15

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。

新中期経営計画のポイント

<新中期経営計画のポイント>

新中期経営計画の目標値

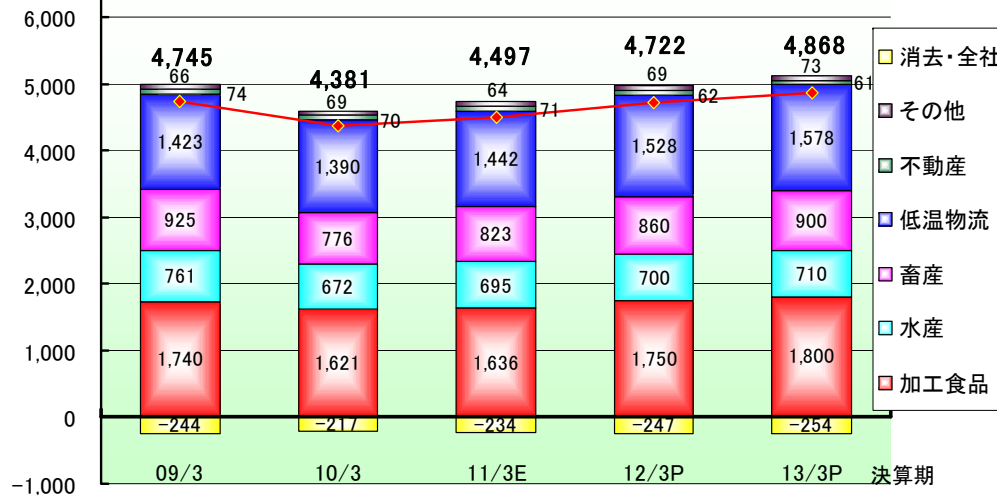
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

金額: 単位未満切り捨て	10/3実績	11/3E	10/3比	13/3目標	10/3比
売上高	4,381億円	4,497億円	103%	4,868億円	111%
営業利益	168億円	165億円	98%	188億円	112%
経常利益	154億円	147億円	95%	171億円	111%
当期純利益	90億円	79億円	87%	93億円	103%
ROE	8%	7%		7%	
EPS	29円	25円		30円	

- 売上高は物流ネットワークを中心に伸ばす低温物流の拡大と加工食品・畜産の回復により3年間で11%、487億円の増収。
- 営業利益は全体では20億円の増益。加工食品はチキンが牽引し34億円、水産が3億円、畜産が2億円それぞれ増益。低温物流は減価償却費増の影響から3億円の増益にとどまる。不動産は賃貸用オフィスの契約更改に伴い2年目以降、10/3比10億円の利益減を見込む。

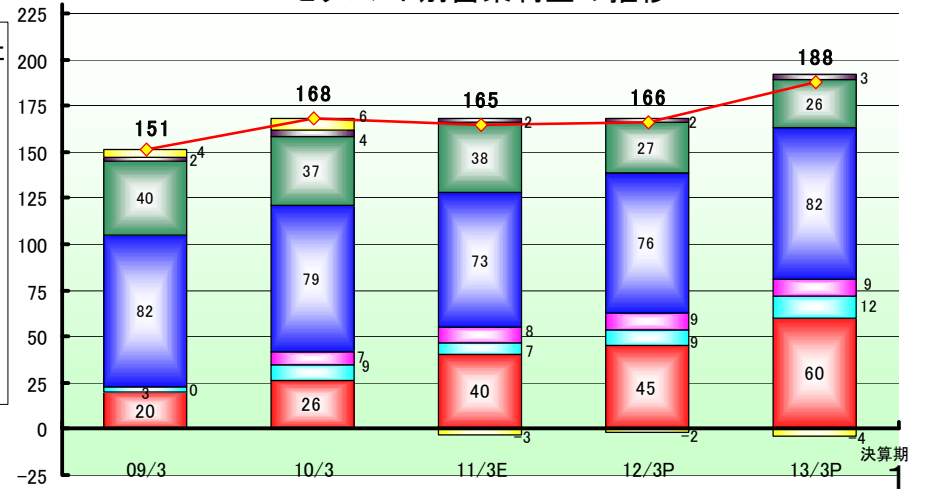
単位: 億円

セグメント別売上高の推移



単位: 億円

セグメント別営業利益の推移



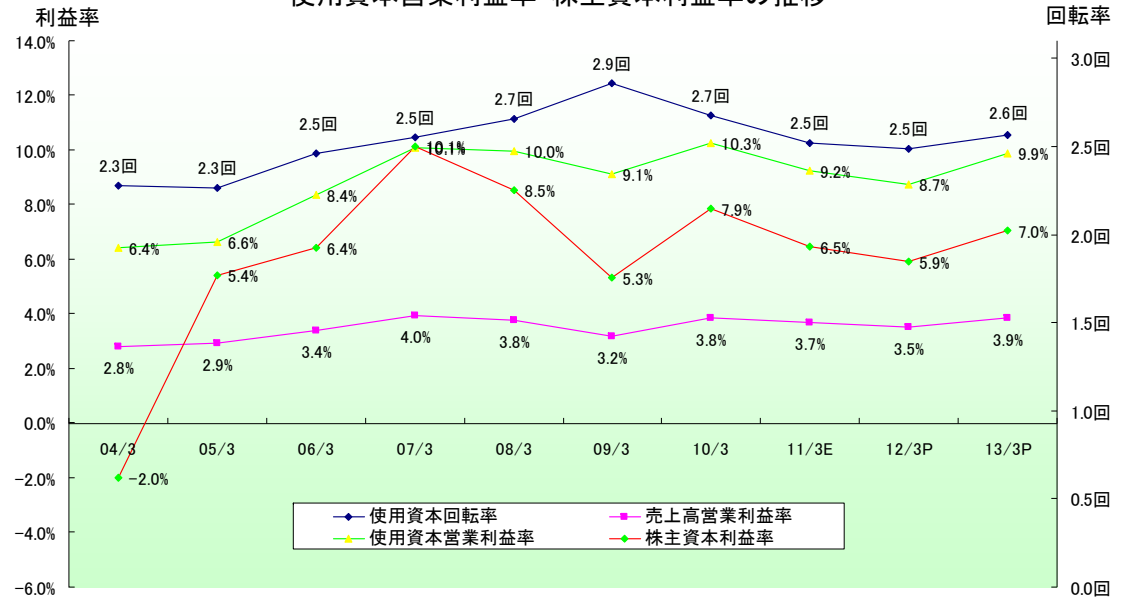
<新中期経営計画のポイント>

設備投資はピークを超え使用資本営業利益率は再び上昇軌道に

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

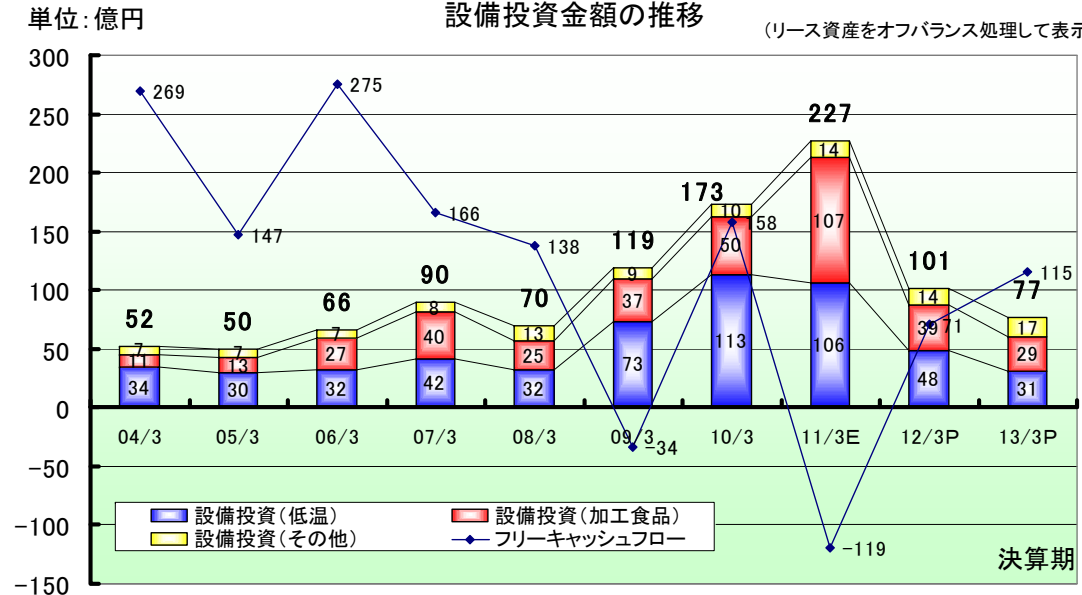
1. 前中期計画期間から集中して実施してきた加工食品ならびに低温物流での設備投資は11/3Eにはピークとなりその後投資水準は低下する。
2. これまで上昇を続けてきた使用資本回転率はこの影響でいったん低下するが、13/3Pに再び上昇に転ずる。また売上高営業利益率も事業基盤の拡充により13/3Pには上昇を始める。従い使用資本営業利益率は13/3Pから大きく上昇する。
3. フリーキャッシュフローは2年目以降の黒字化を想定しており、発行済株式の5%程度を目処とした自己株式の取得を検討する。また配当方針は従来通り、DOE(株主資本配当率)2.5%・配当性向25%を継続する。
4. 将来的な財務リスク低減と安定的な従業員給付実現のため退職給付について確定給付から確定拠出をベースとした制度への再構築を検討する。
(10/3時点での未認識の数理計算上の差異および過去勤務債務が合計で60億円ある)

使用資本営業利益率・株主資本利益率の推移



設備投資金額の推移

(リース資産をオフバランス処理して表示)



加工食品事業の戦略

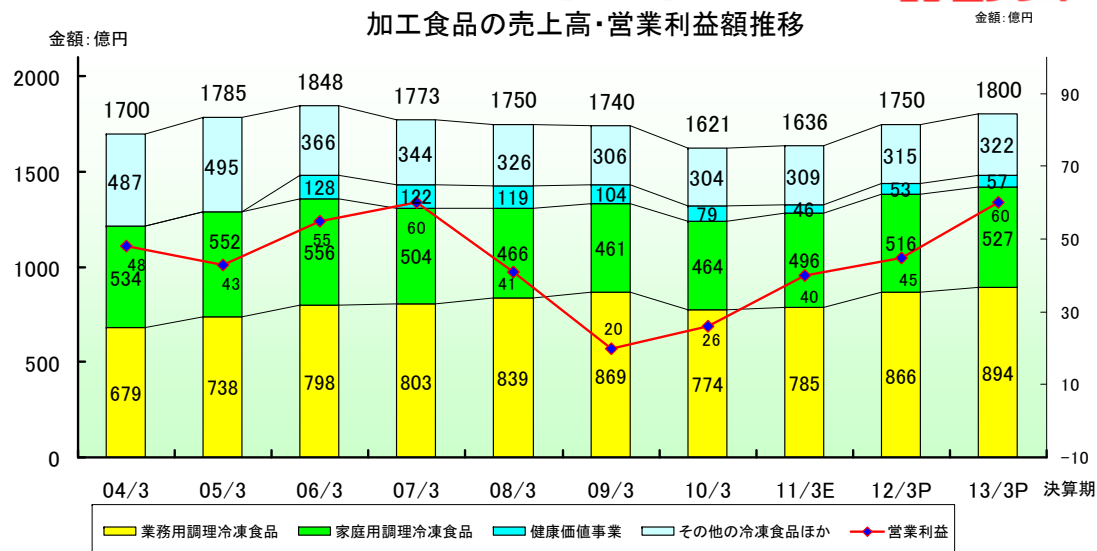
<加工食品事業の戦略>

チキンの拡大とその他カテゴリー効率化で営業利益60億円を目指す

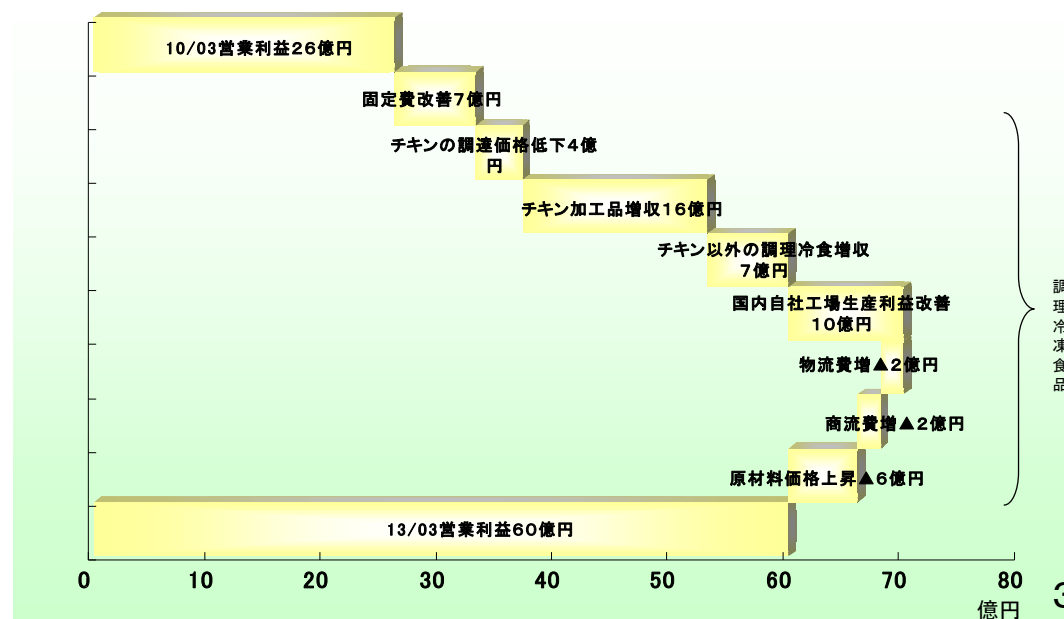
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 売上高は3年間で11%増収、事業譲渡したアセロラ製品の影響を除くと14%の増収、家庭用・業務用とも今後の市場の成長が見込まれるチキンを中心に拡大。その他のカテゴリーでは家庭用は米飯に注力、業務用は引続きメーカー間の競争が厳しく重点カテゴリーへの集中を進めながら現状維持。

2. 営業利益は3年間で34億円増益、チキン加工品の貢献が大きいが、その他のカテゴリーも自社生産品を中心に工場生産性や原材料調達戦略の強化により利益改善を見込む。固定費の面からも改善を図る。



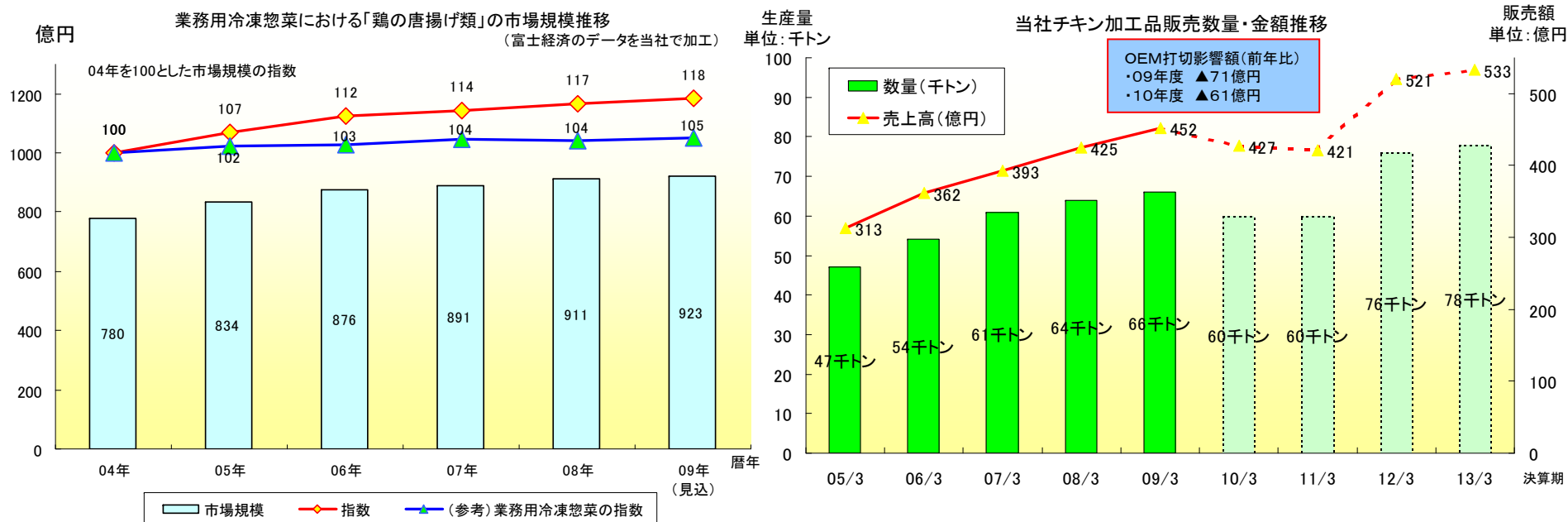
加工食品事業営業利益の対前期比増減要因(中計期間)



<加工食品事業の戦略>

拡大する市場の中で当社のチキン加工品は存在感を増してゆく

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**



- 業務用の売場ではチキン加工品が全体の伸びを大きく上回り成長している。その背景は
 - ヘルシーさや低価格、飼料効率の良さなど鶏肉の特長が時代の消費ニーズにある。
 - 味付けやフライなどの調理が済んでいて売場では最終加熱だけで済み、簡単なオペレーションで大量調理が可能、保存性に優れ売れ残りの無駄が発生しにくいなど調理冷凍食品の特性が売場のオペレーションの効率化要望に合致して使用が広がっている。
 - 輸入鶏肉を中心とした加工用原料肉から調理冷凍食品へのシフトの余地が大きい。
- 10/3の当社のチキン加工品の販売額はタイのOEM先からの調達打切りにより一時的に落ち込んだが、今夏にタイの2工場が新增設で稼働することで供給が拡大する。

<加工食品事業の戦略>

インテグレーション実現と自社供給力強化で優位性を高め収益向上

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

タイ自営2工場の生産能力増強の内容

	スラポンニチレイ食品(SUNIF) カビンプリ工場増設	GFPTニチレイ(GFN)新設
所在地	プラチンプリ県カビンプリ郡	チョンプリ県ノンヤイ郡
投資額	15億円 (工場建屋面積8500㎡)	66億円 (工場建屋面積42000㎡)
年間生産能力	増設分7千トン/年 (既設分と合わせチキン全体で25千トン/年)	18千トン/年 (現状2ライン、27千トンの増設余地あり)

1パーツ=2.87円で換算

- 2工場の新増設により自社生産比率は55%から80%に拡大する。
- 自社生産力の増強で得られる生産利益増に加えてフルインテグレーションによるコスト面、品質面での差別化で収益性改善を進める。チキン加工品で新中期計画3年間で20億円の増益を見込む。
- GFNでは将来的な拡張余地も想定した建屋の設計がなされており、今後、日本以外での販売も視野に入れた新規需要開拓を検討する。

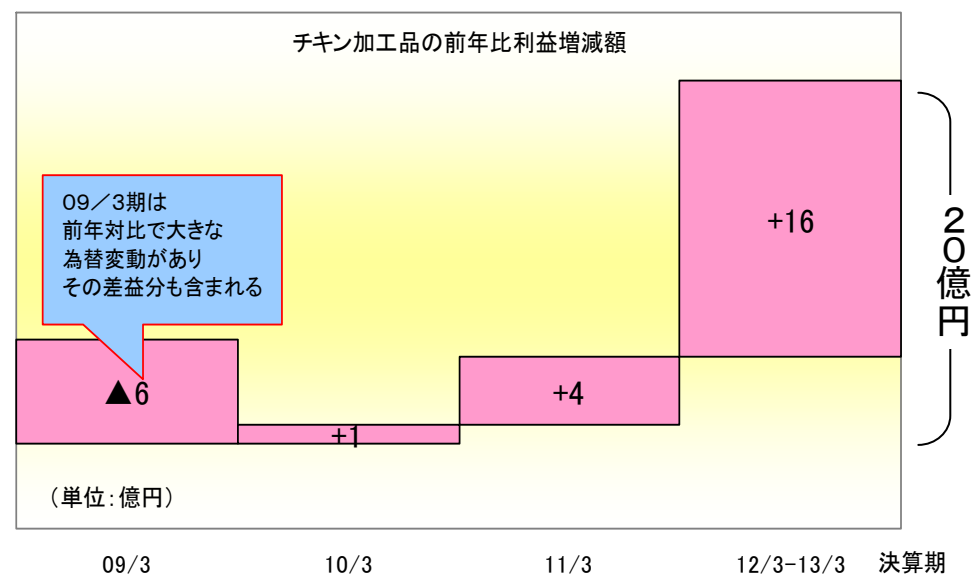
チキン加工品供給体制の変化

	原料	生産	08年度 → 11年度	位置づけ
タイ	GFPT	GFN(新会社) 2010年稼働	0% → 25%	海外の自営生産拠点 良質な原料の持ち味を生かした差別化された商品を生産
	養鶏業者	SUNIF 2010年増設	25% → 30%	
	自社養鶏	OEM先	30% → 0%	
中国	自社養鶏	OEM先	15% → 20%	値ごろ感ある 低価格帯商品を中心にOEM生産
国内	国内・ブラジル鶏肉	自営・子会社工場	30% → 25%	加工度の高い 高付加価値品を生産

● は自営もしくは子会社
○ は取引終了

自社生産比率	55%	80%
--------	-----	-----

構成比は販売数量ベース



生産性を各段階で見直し、より強靱な収益体質を構築する

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

生産の各段階を継続的に見直し原価低減を図ることで、新中期計画3年間で10億円の利益改善を見込む。

1.直接費の削減(工場生産性の改善)

- ①原料規格の徹底による検品作業効率化
- ②業務の平準化によるコスト低減(長期休業日の見直し等)
- ③ニーズに応じた仕様見直しによるコスト最適化

2.間接費の削減(工場固定費の見直し)

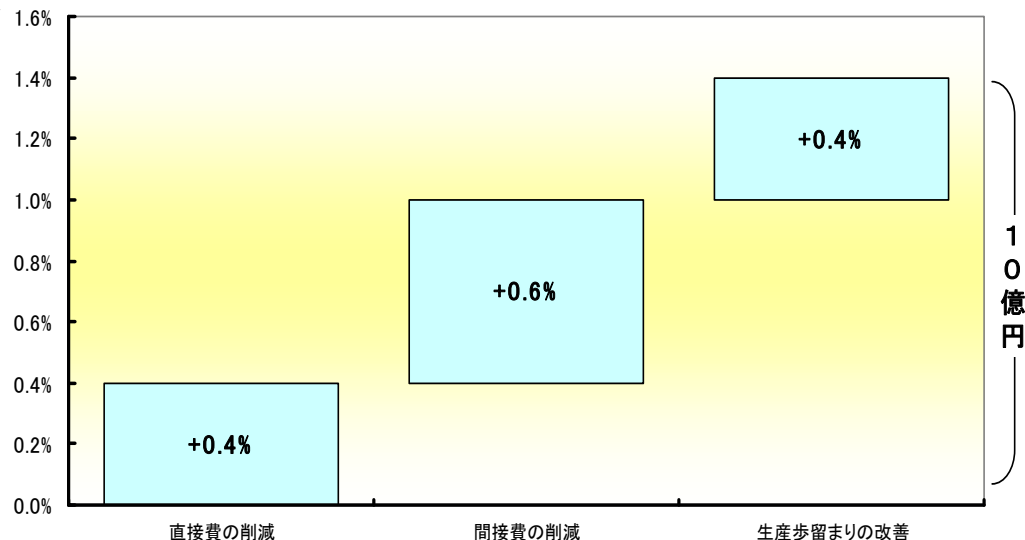
- ①本社、工場間の重複業務の見直し
- ②社内調達窓口の集約
- ③多能工化の推進による人件費平準化

3.生産歩留まり率の向上

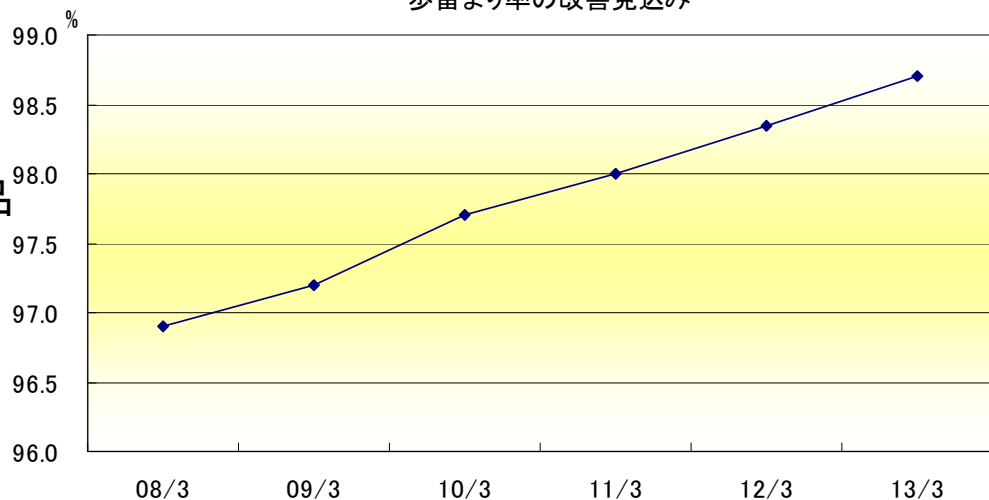
4.原材料の調達・管理の効率化

- ①調達先集約、取組強化と計画購買による品質面で安定した原料の調達とコスト圧縮
- ②原料アイテム数の集約(約1800アイテムを1割削減)
- ③資材の共同購買によるコスト圧縮
- ④原材料在庫の削減

中期計画期間の生産段階での収益性改善(売上高原価率)



歩留まり率の改善見込み

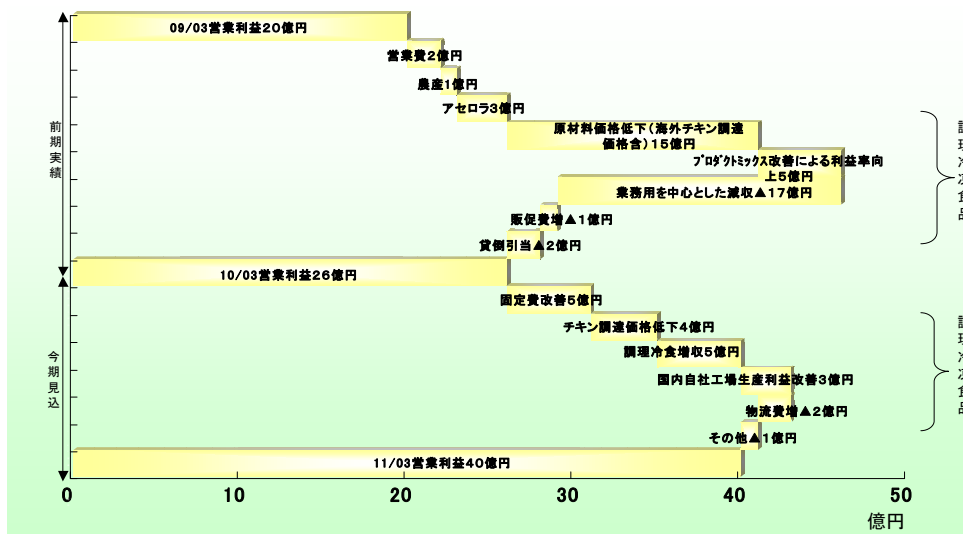


<加工食品事業の戦略>

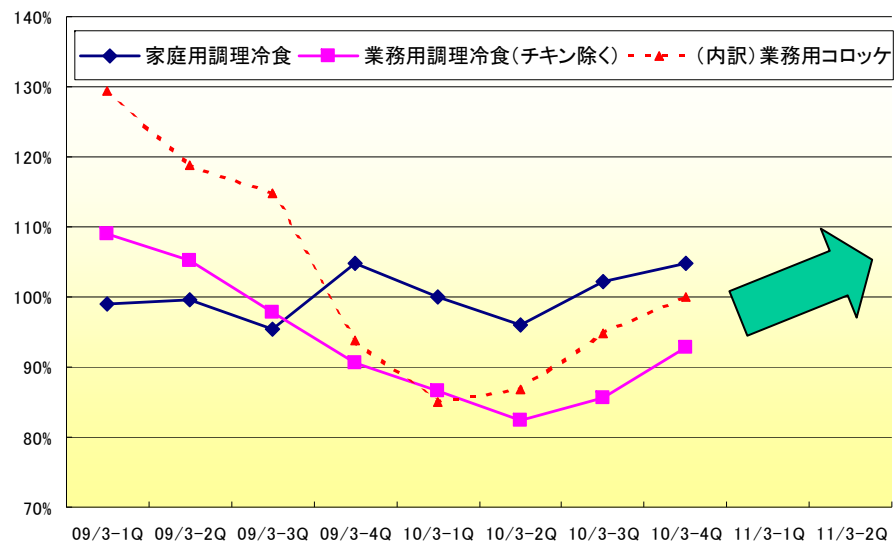
中期計画初年度は業績回復に向けた軌道への基礎固めの年

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

加工食品事業営業利益の対前期比増減要因



調理冷凍食品 売上高前年比推移



1.家庭用

- ① 業界環境は餃子事件以降の回復が一巡し、事件前の水準をやや下回った状態で推移。今後は内食拡大の追い風を受けゆるやかに伸長する見通し。
- ② 当社はチキン加工品を中心に拡販し7%の増収を図る。

2.業務用

- ① チキン加工品は前年のタイのOEM先からの調達打切りの影響が今上期の減収要因として発生するが利益面では調達コスト改善により4億円の増収要因に。
- ② 前年上期から顕著となった惣菜等の店頭での価格低下には歯止めがかかりつつある。主力のコロッケでは値ごろ感のある商品投入など低価格化対応が奏功し、1年前の水準に戻っている。
- ③ その他のカテゴリーでも低価格化対応戦略を今春の新商品で実施しておりチキンを除く業務用で前年比7%の売上回復を図る。

3.今期稼働のタイのチキン新工場は安定稼働まで時間を要することから本格的利益貢献は2年目以降。

4.アセロラ飲料の事業譲渡により前年売上高39億円が減収要因となる。原料販売は増収に寄与。

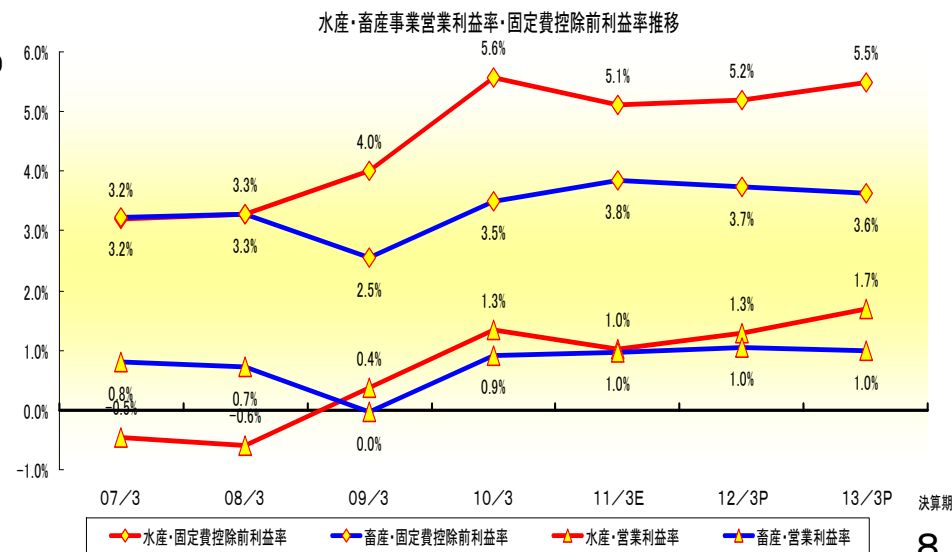
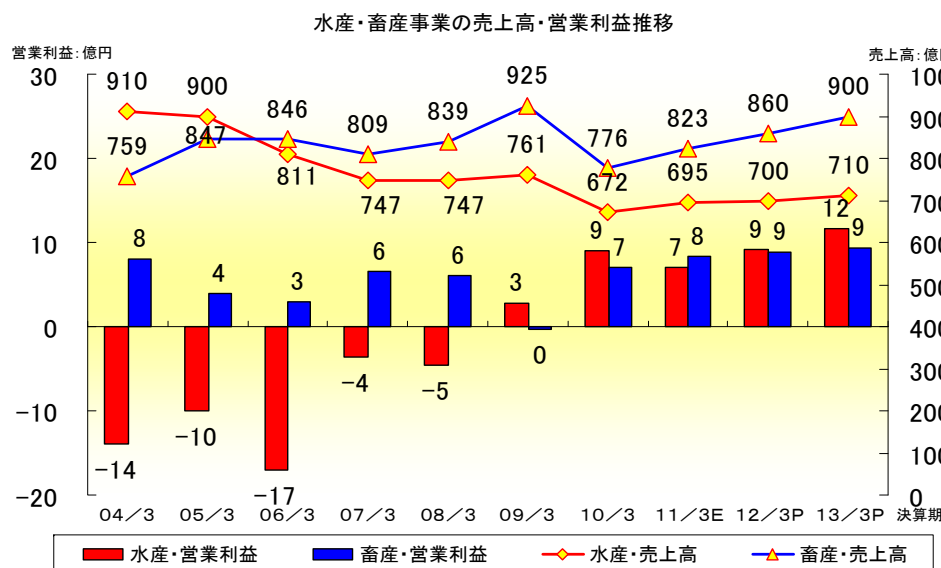
水産・畜産事業の戦略

<水産・畜産事業の戦略>

収益安定性の高い事業運営をベースに取扱商材の組替えを進める

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 水産事業は新中期計画3年間では売上高は6%の伸びに留まるが、要員の絞込み、広域販売体制への移行など過去3年で実現した収益安定性の高い事業運営をベースに、汎用的な素材からよりユーザールートに近づいた商材のウェイトを高めることで、営業利益率の改善を図り、最終年度に1.7%を達成する。
2. 畜産事業はこれまでも取組んできた「こだわり素材」の一層の拡販により、新中期計画3年で16%の増収を図る。「こだわり素材」は、飼育過程で薬剤を投与しない「FA(無投薬)チキン」や飼料の改善によりより健康的な脂肪酸バランスを実現した「オメガバランスポーク」など、おいしさや健康を意識して高度化するユーザーニーズを的確に先取りした商材で、一般商材より高い付加価値が得られる。

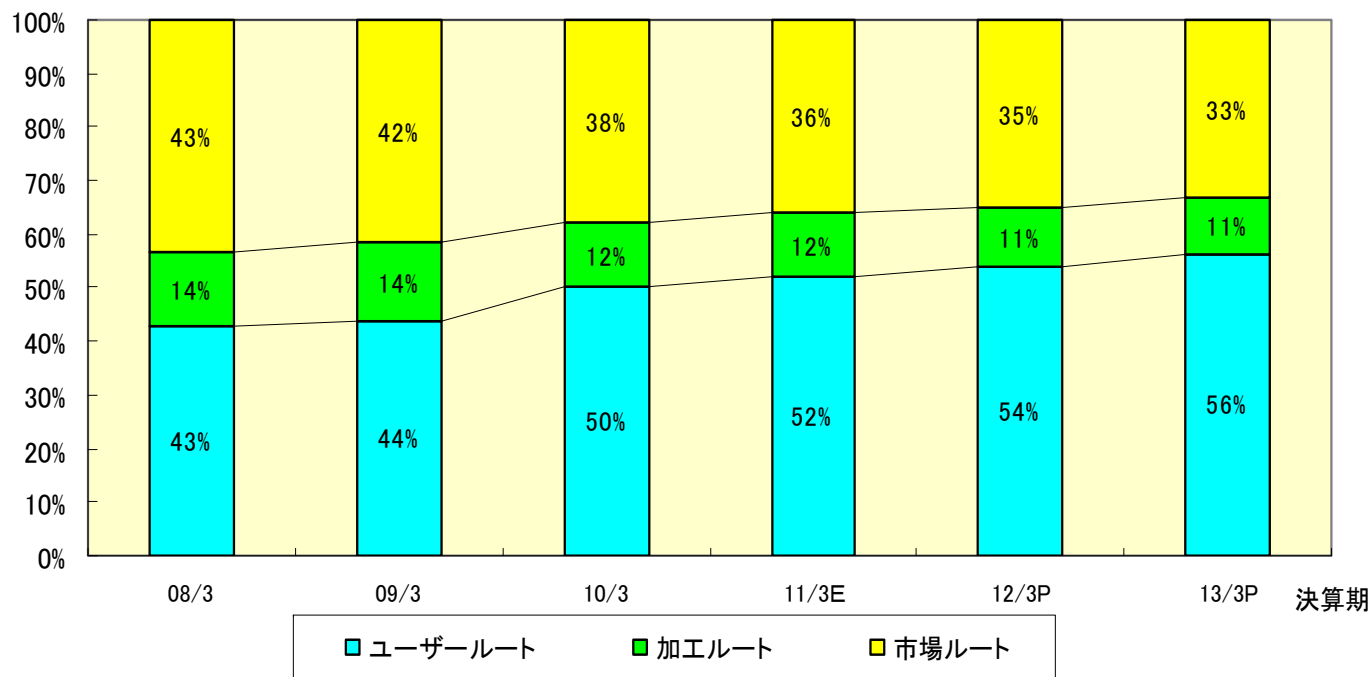


ユーザールートでの販売を拡大し収益性の安定・向上を図る

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. これまで水産事業は、外食産業やスーパーなどユーザールートへの販売強化に取り組み、その割合はすでに50%超となっている。新中期計画3年間でもその割合を1割以上拡大する。
2. 汎用的な素材の取扱いは安定した収益の得られるものに絞り込み、寿司ネタや外食店向け食材などよりユーザールートに近づいた商材のウエイトを高めることで利益率の向上を図る。また品質管理面での優位性を生かし「こだわり素材」の開発力を強化することでユーザーからのロイヤリティーを高める。

水産事業の売上高ルート別構成比の推移



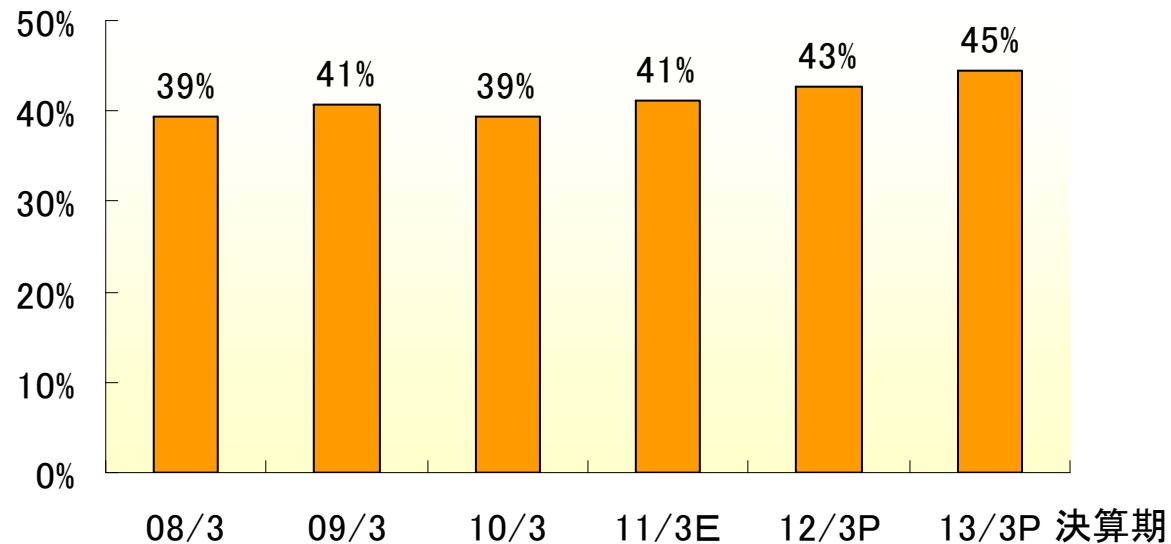
＜畜産事業の戦略＞

営業体制を刷新し「こだわり素材と加工品」の取扱割合を向上する

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 畜産事業は市況に左右されず、ユーザールートへの安定販売につながる「こだわり素材」とその「加工品」を重点に置き、その開発と販売体制を強化し売上の拡大を図る。ここ数年伸び悩んでいたその割合を新中期計画3年間で15%向上させる。
2. そのために、今年の4月に従来商品調達機能も兼ねてきた営業組織を独立して切離し、ユーザールートとの関係強化を図るために約2/3の人員を営業専任として、重点顧客へのアプローチに専念できる体制に転換した。
3. 「こだわり素材」の事例：純和鶏（純国産鶏種）、FA（無投薬）チキン、四季鶏（植物性飼料）、オメガバランスポーク（国内外）

畜産事業の売上高「こだわり素材と加工品」構成比の推移



低温物流事業の戦略

収益基盤拡大により減価償却費の増加を吸収して最終年度増益に

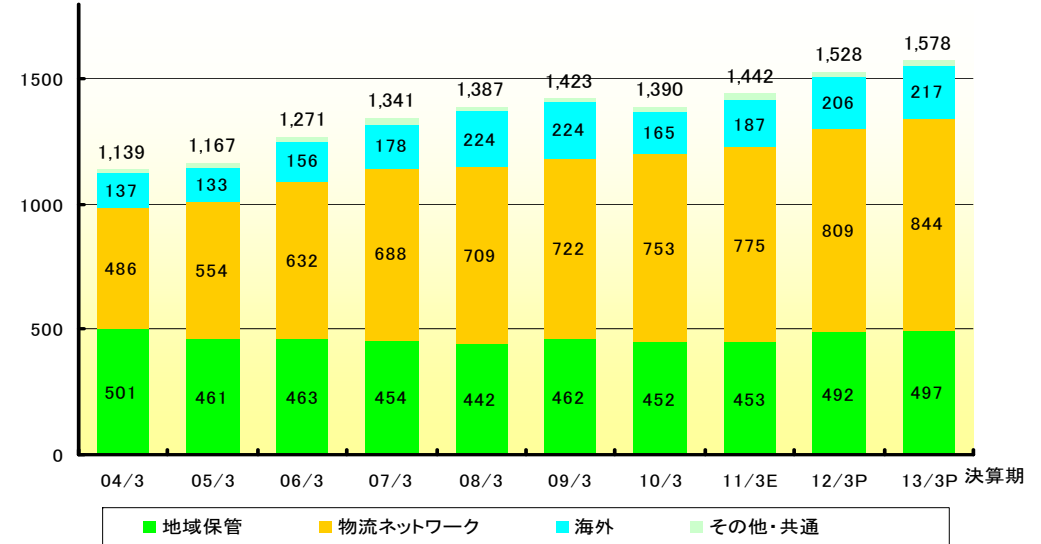
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 売上高は新中期計画3年間で14%増収。TC(通過型センター)の新規受託が牽引する物流ネットワークが12%の増収、大型投資の工事完成が相次ぐ地域保管も設備能力増強で10%増収になる。海外も欧州で仏の物流会社買収効果も加わり32%の増収。

2. 営業利益は3年間で3億円の増益に留まる。地域保管で前中期計画期間から実施している大型投資の工事完成がピークを迎え、減価償却費負担が新中期計画初年度の収益を圧迫する。しかしながら地域保管・物流ネットワーク・海外すべての分野での収益基盤の拡大効果により2年目以降は増益に転じ、最終年度には10/3の営業利益をト回す

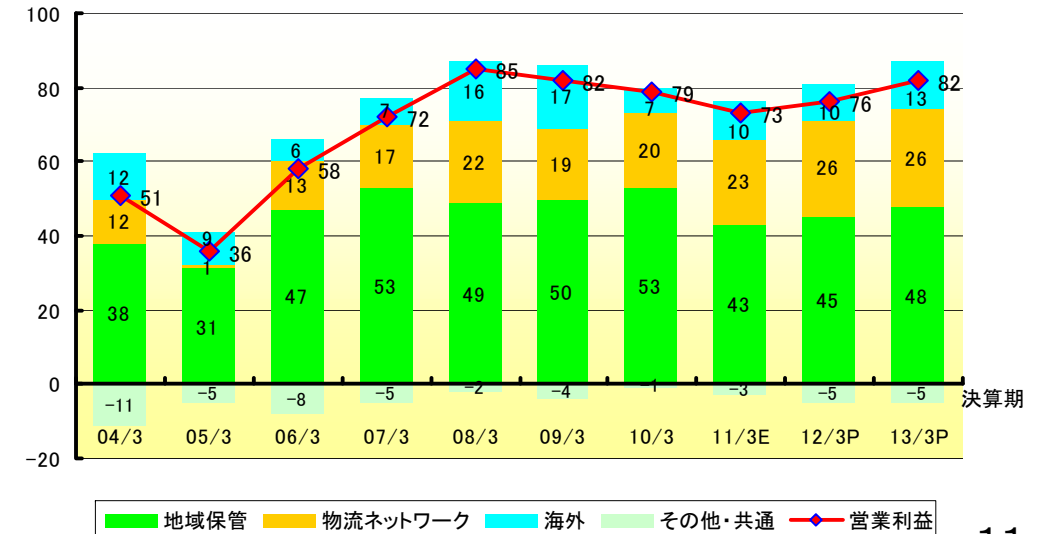
単位: 億円

低温物流事業の売上高の推移



単位: 億円

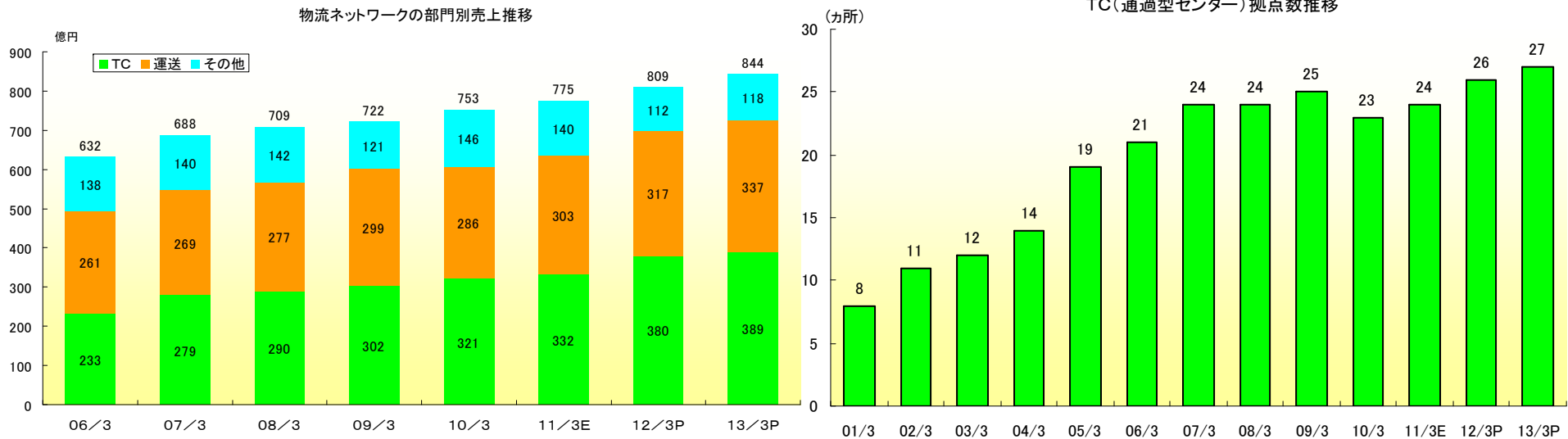
低温物流事業の営業利益推移



物流ネットワークは引続きTCの受託が売上げ拡大の牽引役となる

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 物流拠点の集約や効率化ニーズから引続きTC(通過型センター)や共同物流の需要は旺盛に推移する。大都市圏における拠点新設で新たな顧客の取り込みを図る。
2. TCは、新中期計画3年で新たに4拠点を設置する。また、既存拠点における調達物流(センターへの納品のための物流)の需要取込みによる取扱いの拡大を図り、TCの売上高は3年間で21%増収となる。
3. 運送は、新設2拠点(福岡東浜・東扇島・・・地域保管と併用)の稼働により、大都市圏での運送ニーズを取りこみ36億円の売上げを獲得、また、エリア配送においては、冷食・アイス共配や地場の共同物流を獲得する。運送の売上高は3年間で18%増収となる。



地域保管は大型投資の完成が相次ぎ収益基盤が拡大する

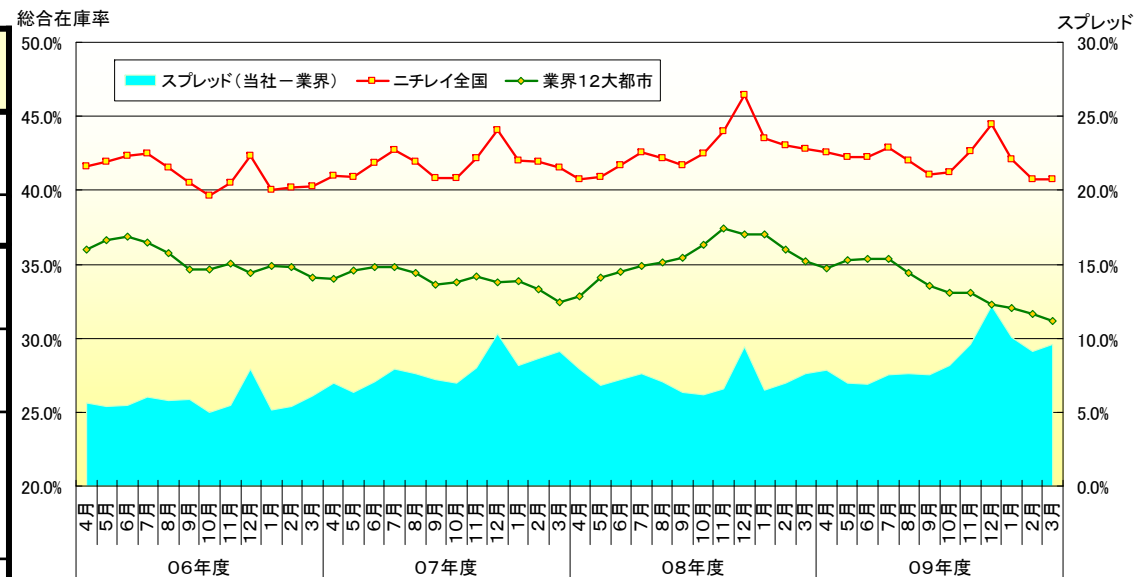
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 11/3は新たに7.5万トンの冷蔵倉庫が完成、10/3期中稼働の分と合わせて9.5万トンの設備増により新中期計画3年間に地域保管の売上高は9%拡大する。冷蔵倉庫への大型投資はこれで峠を越える。
2. 新規設備は貨物量の多い大都市圏の港湾地区に集中しており、冷蔵倉庫に配送センター機能を併設するなどして従来以上に顧客の物流効率化ニーズに応えられる設計となっている。中期計画初年度は減価償却費負担により減益となるが、拡大した収益基盤を生かし中期計画最終年度の増益に寄与する。
3. 当社の貨物集荷力は、04年4月の冷蔵倉庫の地域分社化以降、地域密着営業の定着や貨物構成で加工食品のウエイトが高まっていることなどから、業界と当社の総合在庫率の較差（スプレッド）は年々拡大を続けている。

新規稼働の冷蔵倉庫

稼働時期	事業所名 所在地	機能・特徴	冷蔵設備 能力(トン)
10年2月	北港DC 大阪市此花区	大阪市内外への アクセス良好	20,000
10/3期			20,000
10年4月	山下DC 横浜市中区	果汁やチーズの 保管に強み	12,144
10年8月	福岡東浜DC 福岡市東区	配送センター機能 充実	20,458
11年2月	東扇島DC 川崎市川崎区	保管能力に加え 配送センター機能 も重視し、幹線物 流対応力を強化	42,258
11/3期			74,860

当社と業界の冷蔵倉庫総合在庫率のスプレッド推移



出典：業界12大都市は日本冷蔵倉庫協会調べ

ポーランド新拠点の安定稼働と仏社買収で欧州全域への基盤拡充

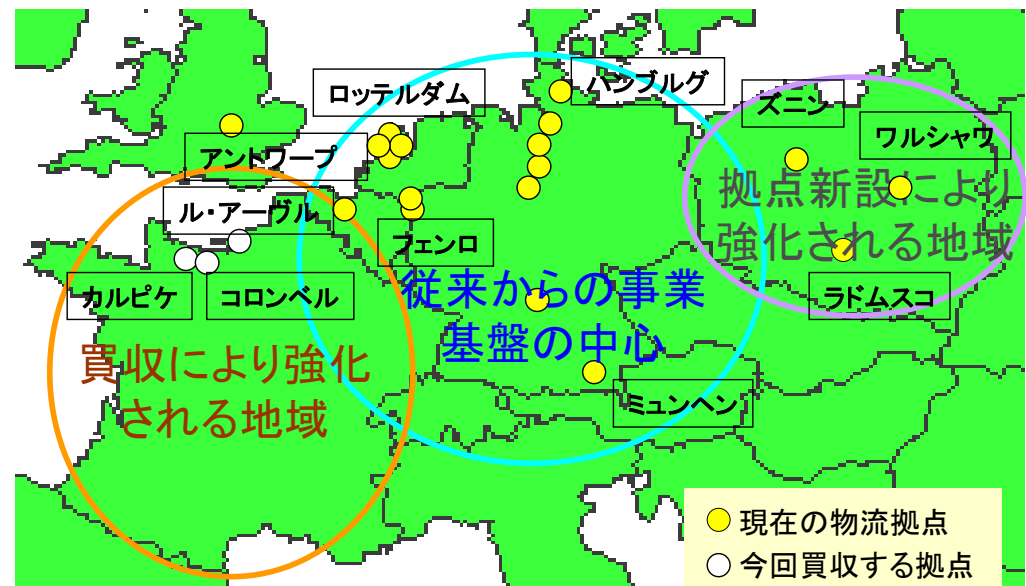
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 昨年新拠点が稼働したポーランドでは、閑散期貨物の集荷と大手小売業の物流受託により稼働率が向上し、中期計画最終年度に営業黒字に転換、東欧域の中核として早期に成長軌道に載せる。
2. 仏のゴドフロア社の買収により、西欧域での事業基盤が強化されるとともにテルモトラフィック社との間の運送効率が向上し増収効果が期待される。
 - ① オランダやドイツなどテルモトラフィック社拠点から欧州各地への片道運行が減少し帰り便への集荷が期待できる。
 - ② ゴドフロア社で仏国内から欧州全域への配送を睨んだ顧客の獲得が期待できる。

ゴドフロア社(GODFROY)グループの概要

1. 社名: Holding GLB S.A. Holding TCG S.A.ほか
運送会社ならびに冷蔵倉庫会社4社
2. 業績(単位:千ユーロ):

	07/9	08/9	09/9
売上高	19,345	20,831	19,756
経常利益	2,398	2,434	1,948
総資産	10,751	11,697	11,927
3. 事業所及び冷蔵設備能力
 - ・Carpiguet(カルピケ) 14,720トン
仏西部地区で集荷した貨物の保管ならびに仏全土への配送(車両70台)
 - ・Le Havre(ル・アーヴル) 8,000トン
ル・アーヴル港で輸入された貨物の保管
 - ・Colombelles(コロンベル) 16,827トン
ロッテルダム、アントワープ、ル・アーヴル港で輸入された貨物の保管



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）

	09/3	10/3	11/3E	12/3P	13/3P
(売上高)					
加工食品	1,740	1,621	1,636	1750	1800
水産	761	672	695	700	710
畜産	925	776	823	860	900
低温物流	1,423	1,390	1442	1528	1578
不動産	74	70	71	62	61
その他	66	69	64	69	73
全社または消去	-244	-217	-234	-247	-254
合計	4,745	4,381	4497	4722	4868
(営業利益)					
加工食品	20	26	40	45	60
水産	3	9	7	9	12
畜産	0	7	8	9	9
低温物流	82	79	73	76	82
不動産	40	37	38	27	26
その他	2	4	2	2	3
全社または消去	4	6	-3	-2	-4
合計	151	168	165	166	188

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。