

2017年3月期 第2四半期決算説明会における質疑応答の概要
〔2016年11月2日（水）、東京〕

【グループ全体】

Q. 中計の発表から半年で修正ということだが、何がそれほど見込みと違ったのか。

A. 足元の状況と、前中計の「RISING2015」をベースにした投資計画が実効性を挙げてきたことを踏まえて修正したので、達成可能と見ている。

外部環境が計画策定時と比べて若干安定してきたことが要因。

Q. 営業キャッシュフローの計画値が3年間累計で1,128億円で、営業利益の増加トレンドと乖離があるが何が要因か。

また、営業キャッシュフローが計画から乖離した場合、設備投資額は状況に応じて可変的に調整できるのか。

A. 差額は減価償却費の変動によるもの。

設備投資は、今後2年半の間に外部環境の変化が生じれば見直しを行う。

【加工食品】

Q. 広告宣伝費を多く使う割に、下期の売上の伸びが鈍化するのなぜか。

A. 米飯類の伸びは15年度の下期から新工場をフル稼働させたことが主な要因となっている。今年上期の前年同期比増収率との比較では、下期の数字が見劣りするよう見えるかもしれないが、家庭用の売上は広告宣伝費を使うことで伸ばしていく。

Q. チャーハンは今年下期に前年比でどのくらいの伸びをみているのか。

A. 家庭用調理品全体で下期は6%の前年比売上増を見込んでいるが、米飯類に関してはそれをやや上回る形で推移するものと考えている。

Q. 競合他社も好調なようだが、冷凍食品業界の需要がなぜここまで強くなっているのか。

A. 世代構成が変わり、調理をしない人や出来ない人の増加によって冷凍食品の認知度が上がったことと、テレビへの露出が増えたことなどにより、これまで冷凍食品を手にとったことが無かったお客様がお買い上げいただくようになったことが背景にあると考えている。

Q. 主力事業において営業利益率10%という食品企業も増えてきたが、冷凍食品業界で営業利益率が10%になると仮定した場合、何があればそのレベルに達することができるか。

A. スマートフォンなどの業界で見られるような商品によるブレイクスルーは冷凍食品については考えにくい。

ただニーズはかなり変化してきているので、それに対応してどのような商品を作っていくかが重要となる。

そのときに、競争力があり利益率の高い商品を更に磨いて拡大するとともに、利益率の低い商品を改善することができれば、さらに利益率の向上を狙うことができる。

Q. 他の業界では価格帯別のマネジメントというのがあり、所得環境も変わってきているので、高いものも安いものも売っている。そのような観点で冷食業界が大きく変わるということはないか。

A. 市場ニーズは変わっていくので、冷凍食品業界はそれに合わせながら、急激というより徐々に変わっていくと思う。

【低温物流】

Q. 低温物流の設備投資額が多いと感じているが、ここは修正しないのか。

A. 欧州で拠点の増設を計画しているが、経済状況も変化しているので、状況を見ながら計画を進めていきたい。

国内では耐震補強対策の投資を計画しているが、それほど大がかりな補強が不要な倉庫もあることが分かってきたので、現在の計画値は最大の見込みだと考えてほしい。

Q. エンジニアリング事業が成長セグメントとなっているのか？

A. 屋台骨を支えるまではいかないが、冷蔵倉庫業界全体で今後大きな工事需要が見込まれる。

以上

※当文書は決算説明会当日の質疑応答内容をすべて記録したのではなく、株式会社ニチレイが編集を加えております。