

2006年5月22日 説明会

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

中期的な成長継続に向けて基盤固めを進める

—加工食品と低温物流を牽引役に大幅増益を実現—

(2871)

株式会社ニチレイ

【お問合せ先】

広報IR部 横山一樹

: 03-3248-2235

E-mail: yokoyamakz@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。 

コア事業の加工食品と低温物流の戦略が進捗し大幅増益	1	【低温物流事業の戦略】	
有利子負債圧縮に目処、今後財務面での自由度が増す	2	増収ペースは一時的な踊り場となるが採算の改善を継続	9
		成長領域の物流ネットワーク事業は採算改善に取り組む	10
【加工食品事業の戦略】		地域保管事業の回復は一段落し増収ペースは緩やかに	11
業務用冷食の牽引と生産コストダウンで増収・増益に	3	海外は欧州保管事業の業績悪化に歯止めをかける	12
業務用は新カテゴリー戦略で“強み”を横展開し成長継続	4		
家庭用は採算改善のため販促方法や価格見直しに取り組む	5	【参考資料】	
国内グループ工場のコストダウン継続が増益を支える	6	データ集	13
健康価値を成長分野と位置付け直販ルート開拓を本格化	7		
【水産事業の戦略】			
再生プラン実行で減収となるが損失を12億円圧縮	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。

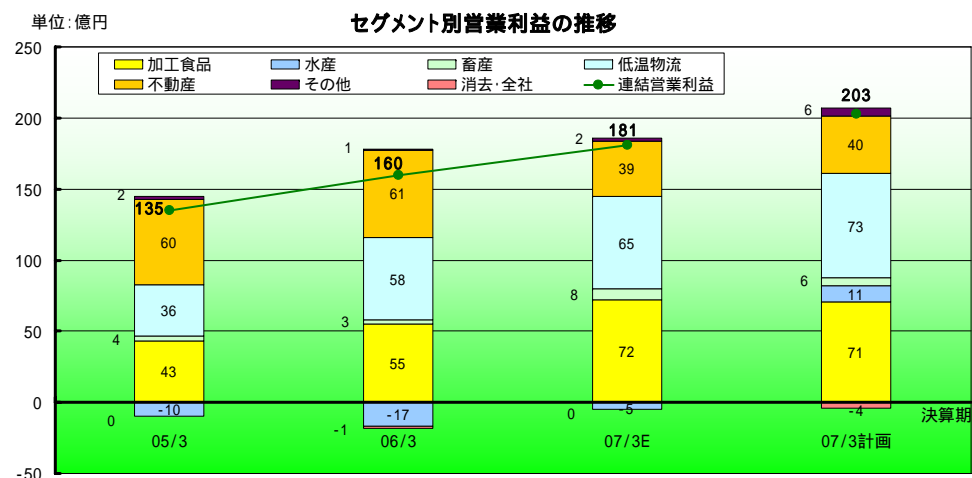
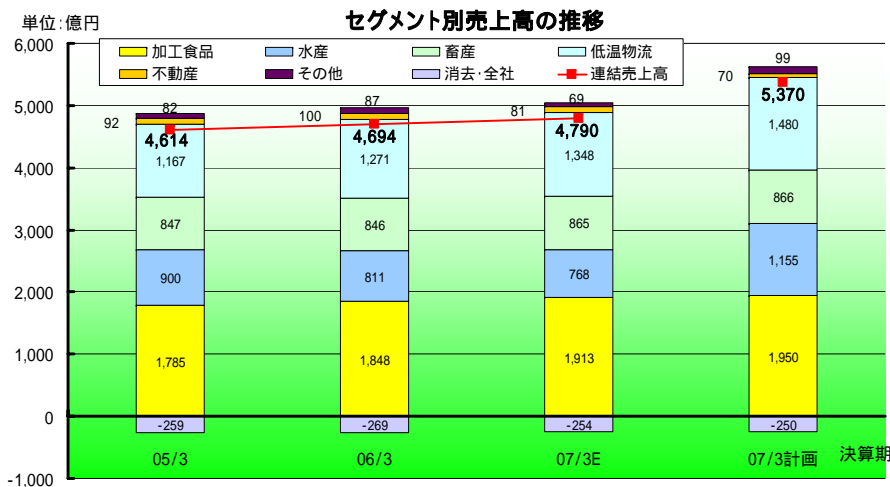
コア事業の加工食品と低温物流の戦略が進捗し大幅増益

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

目標数値(連結、億円未満切り捨て):

	06/3実績	07/3中期計画	07/3E(目標)	06/3比
売上高	4,694億円	5,370億円	4,790億円	102%
営業利益	160億円	203億円	181億円	113%
経常利益	156億円	195億円	175億円	112%
当期純利益	62億円	107億円	93億円	148%
有利子負債	862億円	970億円	800億円	93%

- 引き続き加工食品、低温物流が成長を牽引、再生プラン途上の水産事業が取扱商材の絞り込みで減収となるが損失を圧縮する、全体としては増収、営業利益も大幅増益となる
- 減損損失や事業の整理損失など特別損失が減少、営業利益増と相まって経常利益、当期純利益は過去最高となり、一株当たり当期純利益は30円に

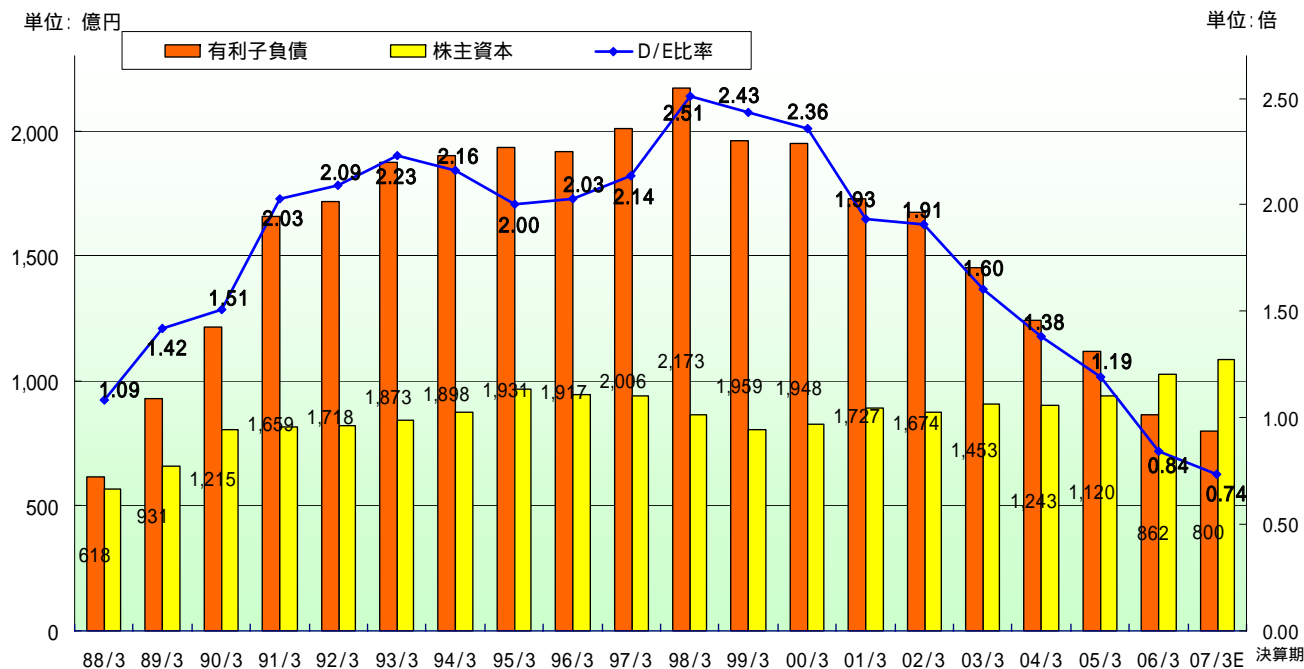


有利子負債圧縮に目処、今後財務面での自由度が増す

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

1. 98 / 3以降、悪化した財務体質の改善を最優先の経営課題に掲げ、使用資産の圧縮と投資の厳選を徹底、フリーキャッシュフローを有利子負債返済に優先的に充ててきた
2. その結果、06 / 3末の有利子負債残高は862億円、D / Eレシオは1倍未満となり当初掲げた目標に到達した
3. 今後は財務面で自由度が増し、フリーキャッシュフローの用途を加工食品や低温物流の成長分野への積極投資などに広げられる

デットエクイティレシオの推移(連結)



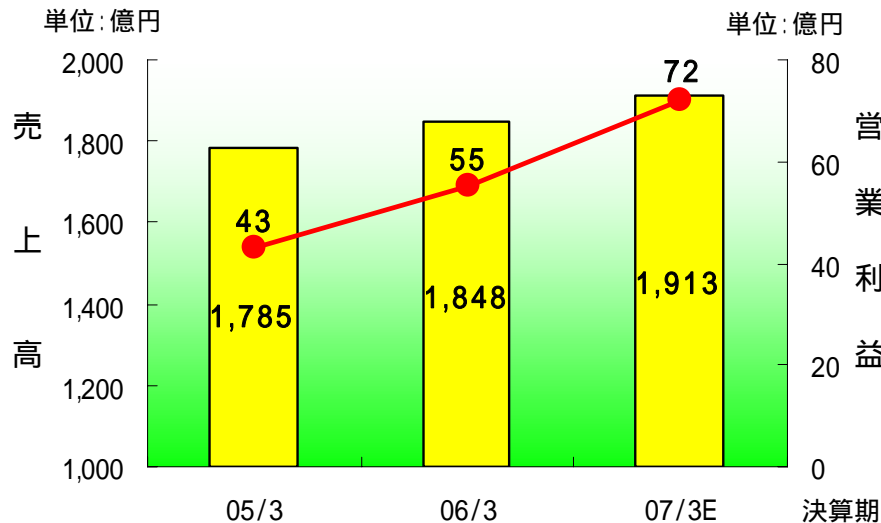
加工食品事業の戦略

業務用冷食の牽引と生産コストダウンで増収・増益に

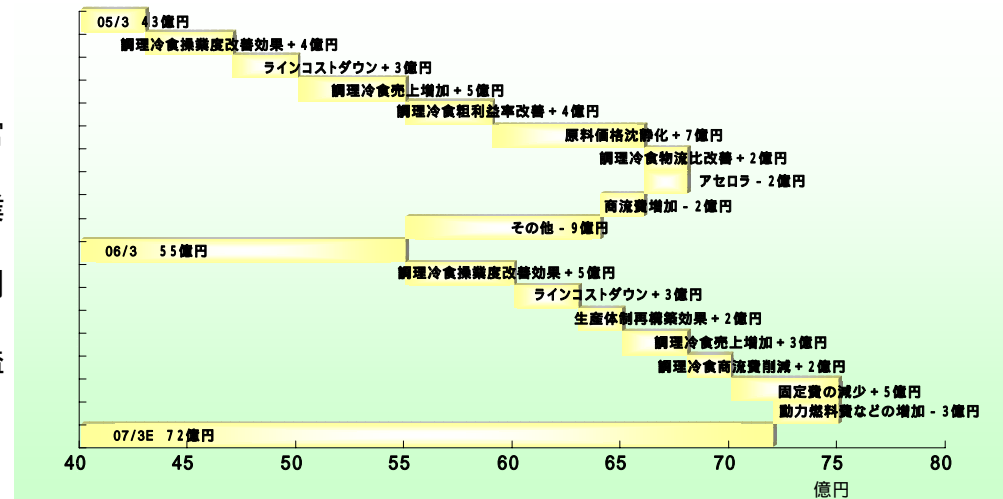
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 業務用調理冷凍食品は新カテゴリー戦略で強みである高品質な商品群を横展開し、5%の大幅な売上伸長を見込む
2. 家庭用調理冷凍食品は売上成長は追わず、販促方法や価格見直しなどの採算改善に取り組む
3. 操業度向上をはじめ、国内グループ工場のコストダウンが引き続き増益を牽引、増益効果は10億円を見込む
4. 主原料は平時価格に戻り大きな増益効果は見込まれない

加工食品事業の売上高と営業利益推移



加工食品事業の営業利益増減要因(05/3比、06/3比)

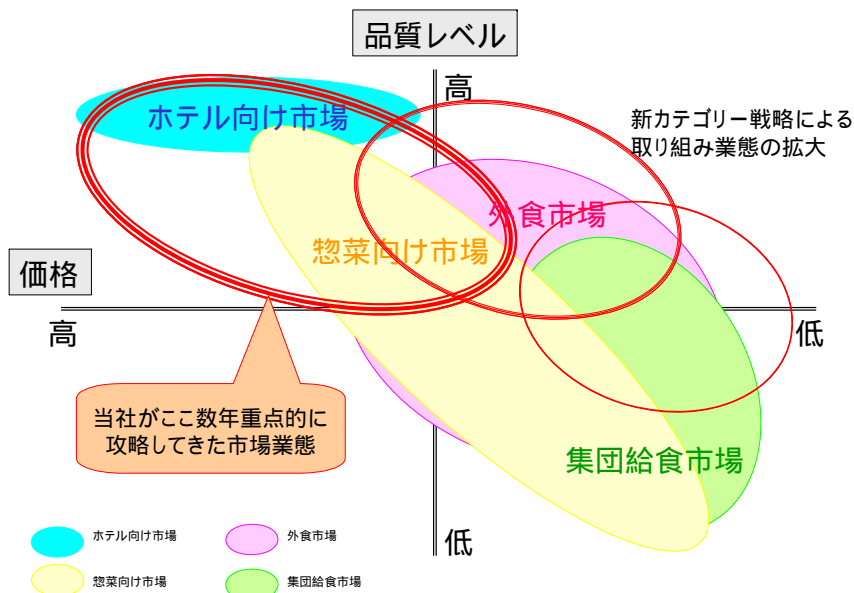


業務用は新カテゴリー戦略で“強み”を横展開し成長継続

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 長年、ホテル向け市場などで培った高度調理加工技術や品質保証力を強みに、この数年間大きく拡大した惣菜向け市場を重点攻略し成果を挙げてきた
2. 新カテゴリー戦略では重点攻略業態を外食市場や集団給食市場へ拡大、強みである高品質な商品群の普及を目指して市場の攻略を進めている
3. 07 / 3では引き続きチキン製品やカツ類などの業態拡大を続け06 / 3比5%の高い伸びを目指す

業務用冷凍食品市場と当社の戦略



注:品質レベル軸・価格軸は業務用市場内での相対的位置を示す尺度である

新カテゴリー戦略(攻めるべき業態・商品群)とその成果

カテゴリー 名称	市場規模	業態		
		惣菜	外食	給食
チキン	860億円			
ハンバーグ	240億円			
米飯	300億円			
春巻	80億円			
カツ類のうち とんかつ類	150億円			
めん類	510億円			
水産フライ	650億円			
コロッケ	430億円			
卵焼類	470億円			
和惣菜	80億円			
.....			

注:市場規模の数値は富士経済「業務用食品マーケティング便覧2006」より引用

網掛けセル・・・計画期間前から展開中の新カテゴリー

・・・05 / 3に新規攻略した新カテゴリー

・・・06 / 3に重点展開・攻略した新カテゴリー

・・・07 / 3に展開予定の新カテゴリー

家庭用は採算改善のため販促方法や価格見直しに取り組む

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 値引販売の常態化に危機感、第一歩として参考小売価格の撤廃を実施

冷凍食品の値引き販売に多くの消費者が不信感を抱いている

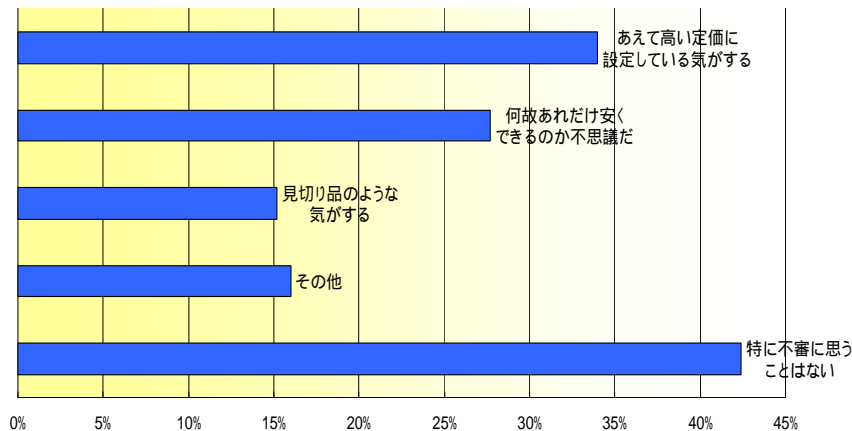
商品の持つ価値が適切に価格に反映されない

販売の適正化にメーカーとして積極的に取り組む必要があると判断

2. 販売ルート別採算を売上規模と営業利益率で4グループに分けて把握、利益率の低い領域Aと領域Cを領域B(売上高が大きく、かつ利益に貢献する)に移行する 取り組み(チャネルの見直し、非価格競争力を持った商品開発、地域限定商品等)を行う

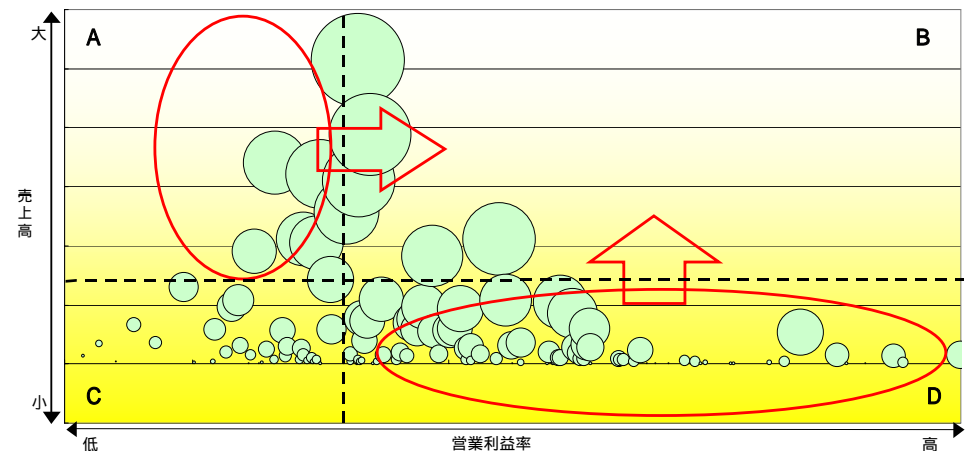
3. 0.7 / 3は商流費を削減し2億円の増益貢献、取り組みは中期的な視点で継続する

冷凍食品の値引販売に対する消費者の見方



注: 06年5月に当社が実施したインターネット調査の結果、191名が回答
一部複数回答があり回答総数が人数と一致しない

家庭用調理冷食の販売ルート別採算表



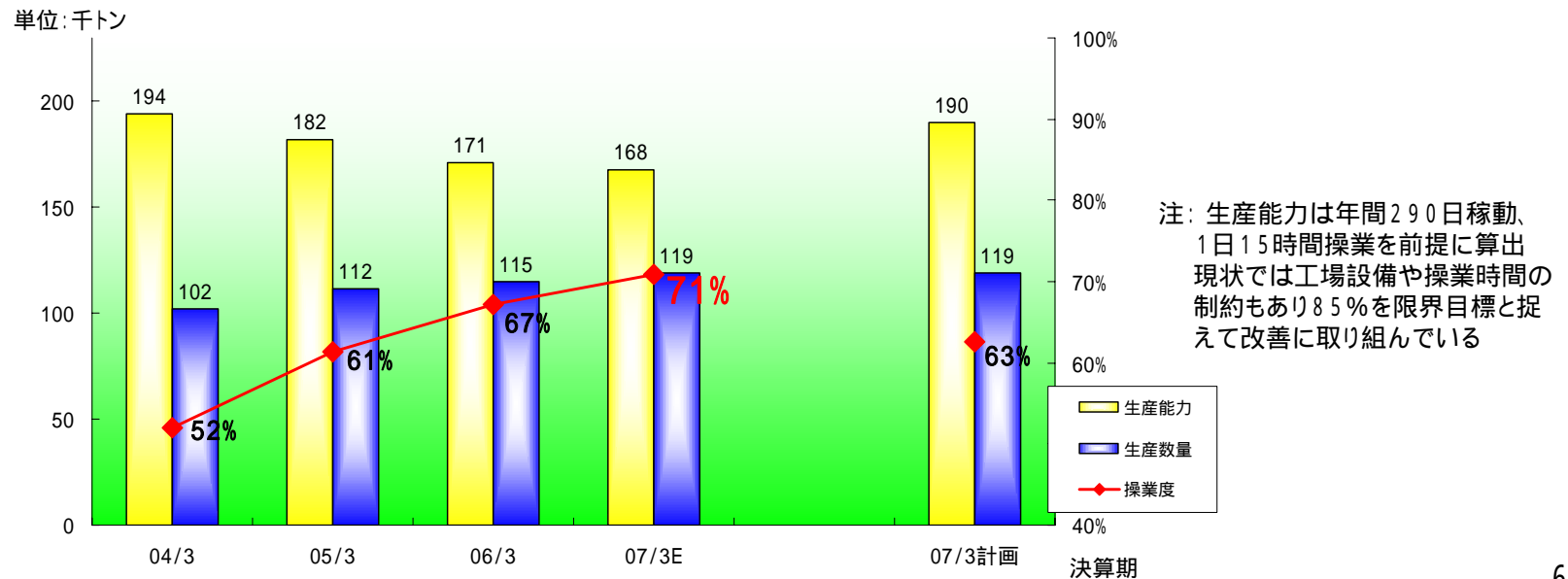
注: データは05 / 9時点のもの

国内グループ工場のコストダウン継続が増益を支える

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 06 / 3の操業度は05 / 3比で6ポイント改善しコストダウン効果は4億円、ラインコストダウンと合わせ7億円の増益要因になった
2. 07 / 3も取組を継続しコストダウンを実現、10億円の増益効果を見込む
操業度向上は4ポイント、5億円の効果
ラインコストダウンによる効果は3億円
06 / 3に行った白石・博多の生産工場再編効果は2億円

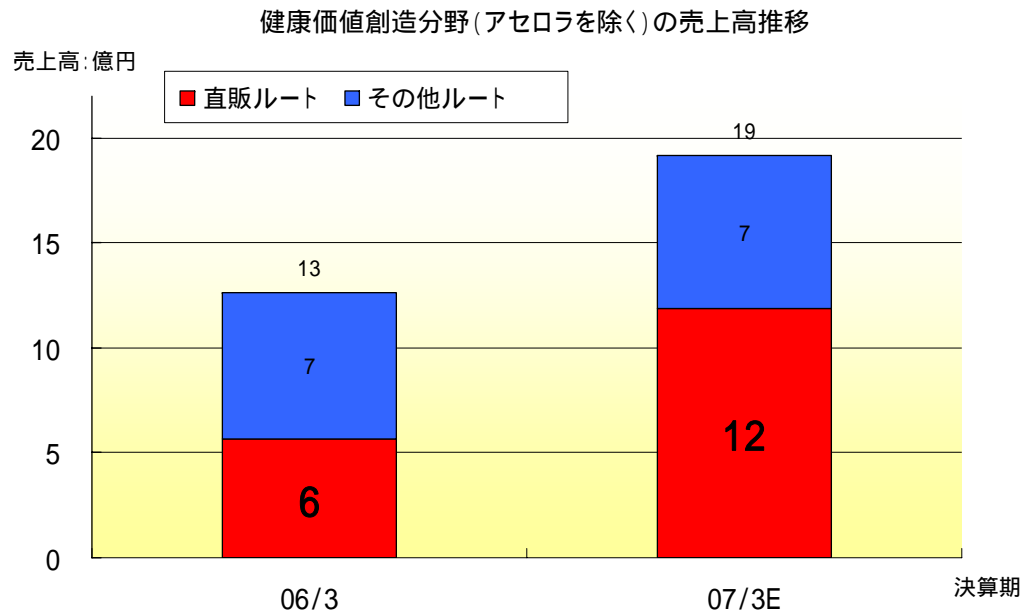
ニチレイグループ国内工場の操業度推移



健康価値を成長分野と位置付け直販ルート開拓を本格化

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 新たな成長軸と位置付けた健康価値創造分野は、より限界利益率の高い直販ルートを今年から本格展開、通販子会社「ニチレイフーズダイレクト」を設立し、チャンネル開拓と健康維持のための食生活情報を付加したOne On Oneマーケティングを積極化する
2. 「普段の食事からおいしく食べて健康に」をコンセプトに、糖尿病食などで培ってきた成分保証技術を活かした「気くばり御膳」の品揃えを拡充、この4月から高年齢の富裕層をターゲットに「気くばり御膳 シェフズ バランス」シリーズを追加
3. 限界利益率の高いルートでの高付加価値商品販売の構成を高め、加工食品事業全体の売上高営業利益率を高めていく



写真は
気くばり御膳
“シェフズバランス”
ビーフシチューセット

管理栄養士と3人の有名シェフが監修した
惣菜セット
1セット7食で8,820円

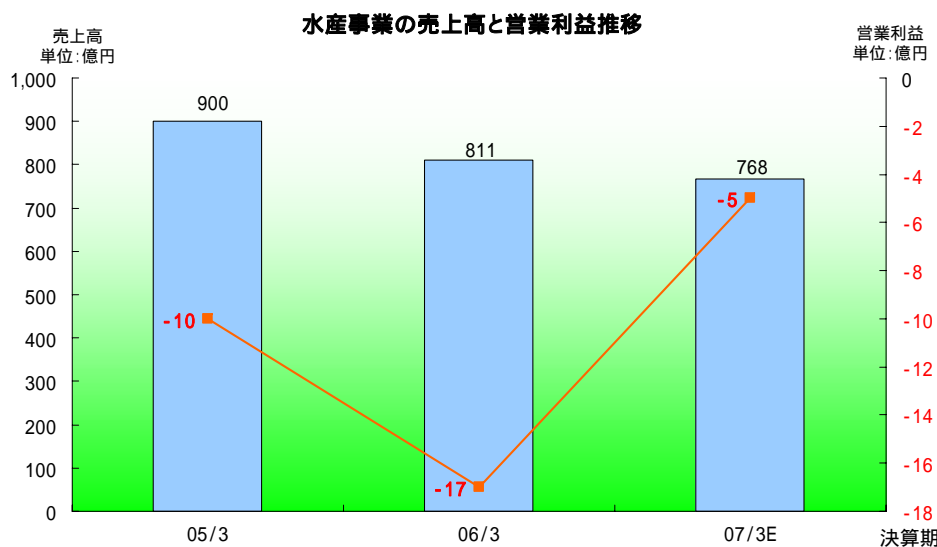
すべてのメニューが
1食あたり320kcal
以下、塩分2.8g以下
に調整されている

水産事業の戦略

再生プラン実行で減収となるが損失を12億円圧縮

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 06 / 3 期中に要員の削減と拠点の統廃合は完了し7億円の固定費を圧縮済み
2. 07 / 3 は再生プランを着実に実行、取扱い商材の絞り込みで採算の改善を果たす
3. 商材の絞り込みは水産事業が競争優位を確立できるものを選択し、成長の核となる領域に経営資源を集中する
4. 中期的には、商材の強みを付加価値に転換する仕組みをバリューチェーン上の各段階で構築する「商材マイスターモデル」の確立に取り組むとともにたな卸資産圧縮や仕入債務の活用などで資本の回転を飛躍的に高め使用資本利益率の健全化を取り進める



水産事業再生プラン

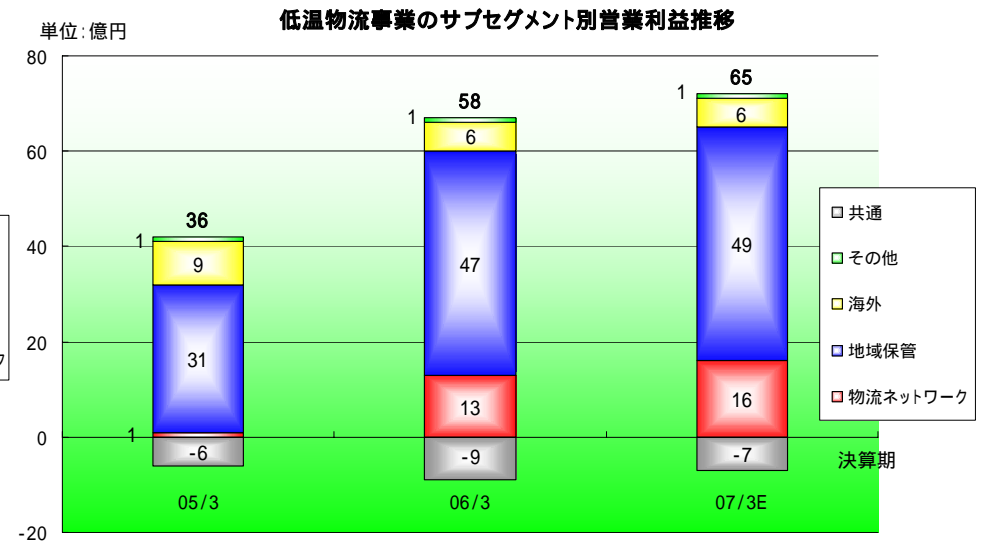
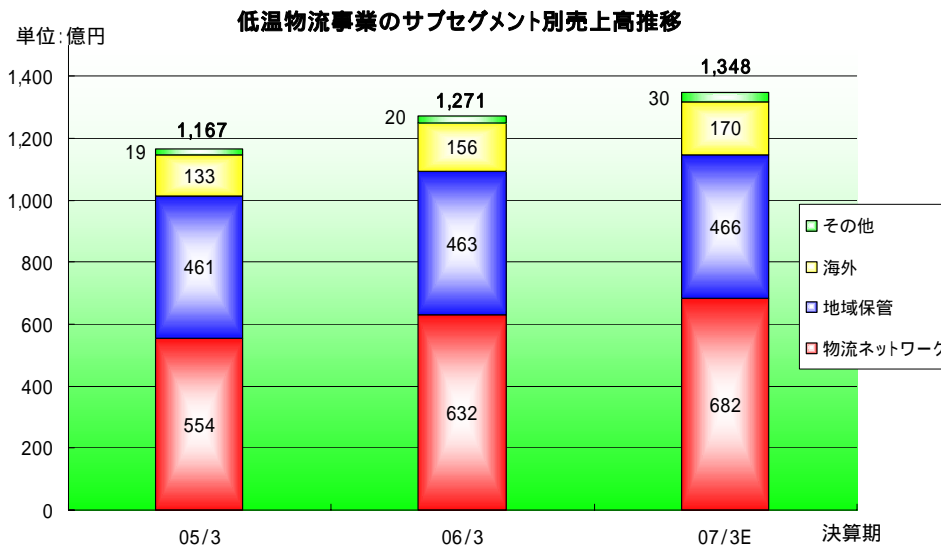
	06 / 3	07 / 3		08 / 3
	実績	再生プラン	今回見込み	再生プラン
売上高	811億円	770億円	768億円	800億円
営業利益 (は損失)	17億円	3億円	5億円	4億円
使用資本利益率	6.6%	-	-	3.0%
売上高営業利益率	1.6%	0.4%	0.7%	0.5%
使用資本回転率	4.2回転	-	-	6.0回転

低温物流事業の戦略

増収ペースは一時的な踊り場となるが採算の改善を継続

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

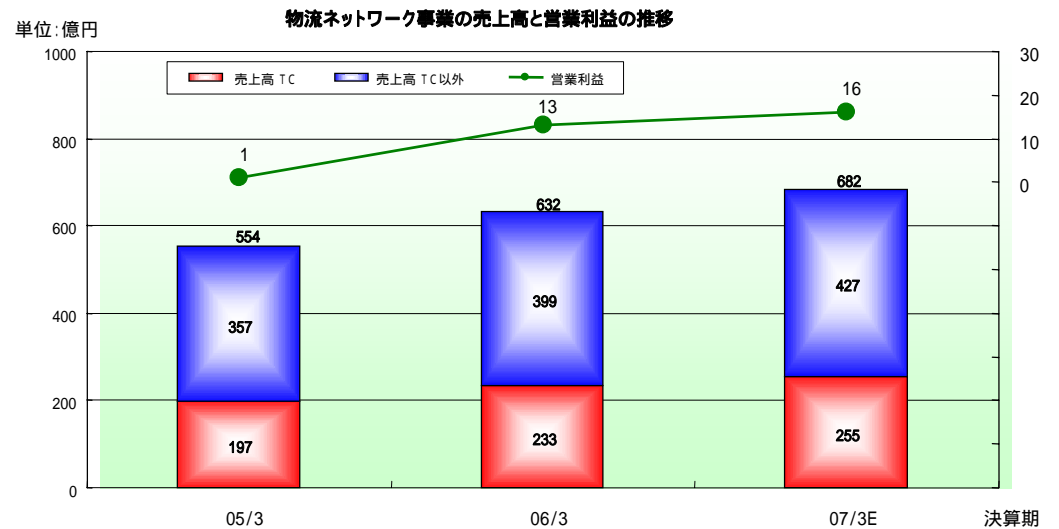
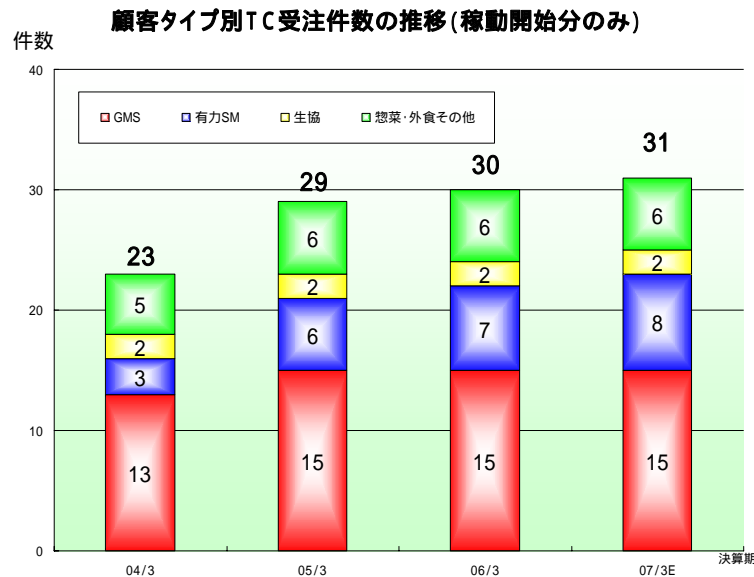
- 07 / 3の物流ネットワーク事業は、センターの新設稼働ペースが鈍化するが売上高は8%成長を確保、採算性に課題を抱えるセンターや運送のテコ入れを急ぎ3億円の増益を実現する
- 06 / 3に大きく改善した地域保管事業は庫腹の逼迫感により入庫が鈍化、一部冷蔵庫閉鎖もあり売上は微増に留まる、営業利益は組織再編によるマンパワーコスト削減効果が一段落するも2億円の増益を実現する
- 海外事業は、欧州で運送と果汁の取扱量が増加、一方、一部冷蔵庫で大口荷主撤退後の後荷集荷に苦戦を強いられているが業績の悪化には歯止めがかかる



成長領域の物流ネットワーク事業は採算改善に取り組む

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. TC (通過型センター) は新設稼動が一段落し、増収ペースが一時的に踊り場を迎える、一方で06 / 3の大幅増益に寄与した不採算事業所の改善を継続することで、07 / 3も着実に増益を確保する
2. TC以外の領域では引続き運送の売上げが拡大する一方、燃料費の上昇が収益を圧迫する。また、共同物流を獲得する狙いで北海道石狩に物流センターを新設する
3. 運送は依然として利益率が低水準に留まっており、外部人材の積極活用やシステムの抜本的な見直しにより、配車の効率化や積載効率の向上を実現し、利益率の改善を図る

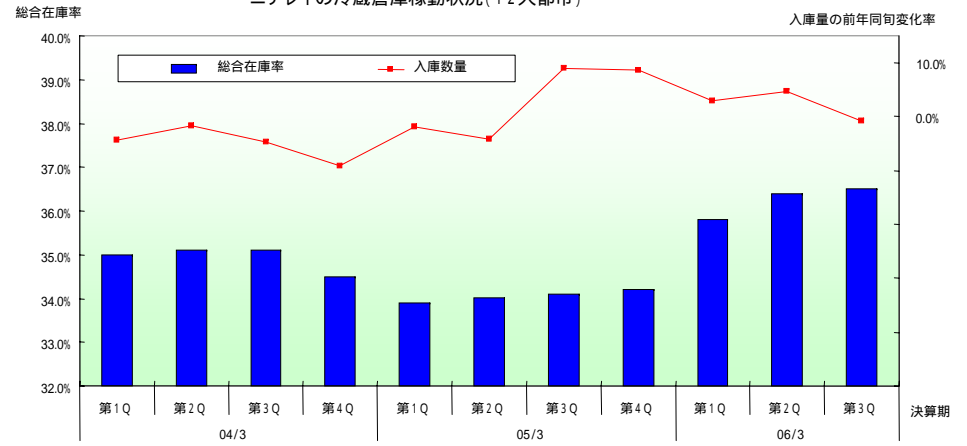


< 低温物流事業の戦略 >

地域保管事業の回復は一段落し増益ペースは緩やかに

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

- 06 / 3は在庫量・入庫量の増加と、マンパワーコスト削減が大きく進捗し最悪期の04 / 3から営業利益は21億円回復
- 先行きは在庫率の上昇余地は限られ、保管商材構成の改善や単価アップが鍵
- コスト面では人件費削減が一段落、減価償却費も投資増加により減少ペースは緩やかになる



営業利益増減要因一覧表

単位:億円	06 / 3			07 / 3E		先行きの見通し
	要因	背景・理由	影響額	背景・理由	影響額	
売上増による効果	在庫量増加	・地域密着営業による集荷拡大 ・事業環境の好転	+ 9	・庫腹の逼迫 ・全社では保管能力が減少	± 0	・成熟産業であるため、グループ全体で能力が増加する投資は行わない方針 ・庫腹の逼迫感は一時的なもので、単価水準引き上げは見込みにくい
	入庫量増加	・下期に在庫が停滞し不需要期も高い在庫水準が継続した	+ 3	・停滞在庫解消後に後荷を確保し水準を維持	+ 1	
	単価	・果汁や素材など低単価商材の相対的な増加	2	・不採算商材の置換による単価アップ	+ 2	
固定費減による効果	マンパワーコスト削減	・組織再編による重複管理要員をセンター事務要員へシフトし退職自然減を最小限の新卒補充で吸収 ・変形労働時間制の導入など固定費の変動費化 ・時間外削減等ローコスト化の取組み	+ 8	・保管商材の構成変化による能率ダウン ・人手不足感による作業単価アップ	1	・保管商材の構成変化による能率ダウン ・景気回復による人手不足感の継続 ・物流品質に対する要求レベルの高度化 ・環境配慮への更なる経営資源投入が必須 ・燃料費の上昇
	減価償却費		+ 2	・九州地区冷蔵庫増設 ・各地域で維持保全投資増加	± 0	
	動力燃料費削減		+ 1	・燃料費の上昇	- 1	
その他			5		+ 1	
営業利益前期比増減額			+ 16		+ 2	

海外は欧州保管事業の業績悪化に歯止めをかける

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 売上の大半を占める欧州地区の事業では、運送と果汁保管は順調に取扱いを拡大している、一方苦戦をしている港湾と内陸の欧州保管は業績悪化に歯止めをかける

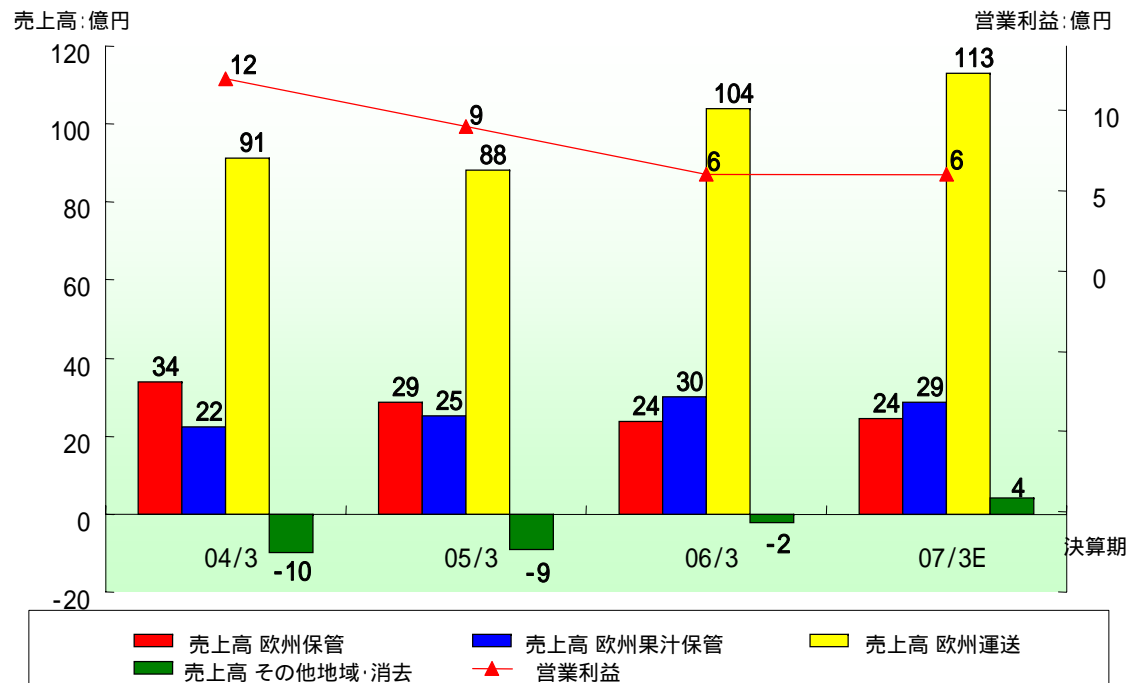
港湾：荷主のニーズがクロスドッキング機能に変化し在庫収入が減少、また、大口荷主が他社に攻略された

対策として、新規顧客の誘致に注力

内陸：大口荷主撤退後の後荷対策の遅れと、近辺で冷蔵倉庫の新設が続き競争激化

対策として、冷蔵倉庫を1ヶ所閉鎖予定

海外事業の売上高推移



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）

	05 / 3	06 / 3	07 / 3	
			(E)	中期計画
(売上高)				
加工食品	1,785	1,848	1,913	1,950
水産	900	811	768	1,155
畜産	847	846	865	866
低温物流	1,167	1,271	1,348	1,480
不動産	92	100	81	70
その他	82	87	69	99
全社または消去	-259	-269	-254	-250
合計	4,614	4,694	4,790	5,370
(営業利益)				
加工食品	43	55	72	71
水産	-10	-17	-5	11
畜産	4	3	8	6
低温物流	36	58	65	73
不動産	60	61	39	40
その他	2	1	2	6
全社または消去	0	-1	0	-4
合計	135	160	181	203

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・戦略等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。将来の業績に対する見通しは、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、様々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：

食品に関する衛生問題等について

商品や原材料の価格変動について

商品回収について

固定資産の保有リスクについて

保有有価証券について

為替変動リスクについて 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。