

2007年11月1日 説明会

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

環境悪化へ迅速に対応し中計の遅れを最小化

—中期経営計画の進捗に向けた08/3下半期の戦略—

(2871)

株式会社ニチレイ

【お問合せ先】

広報IR部 山田達男

: 03-3248-2235

E-mail: yamadat@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。 

| | | | |
|-------------------------------|---|---------------------------|----|
| 08 / 3Eを下方修正するが中計の最終目標は堅持する | 1 | 【低温物流事業の戦略】 | |
| | | 海外と地域保管が堅調に推移し見込みを上方修正する | 7 |
| 【加工食品事業の戦略】 | | 冷蔵倉庫の懸案が解消した欧州が全体業績を押し上げる | 8 |
| 値上げ浸透で原材料費上昇を吸収するが家庭用で苦戦 | 2 | 欧州はオランダ・ドイツから東欧地域にも事業を拡大 | 9 |
| 値上げ効果は4Qから収益に本格寄与の見通しに | 3 | 地域保管は前年並みの在庫水準を維持する | 10 |
| 業務用は2Q以降の回復で当初予想並の増収を確保する | 4 | 売上伸び悩むも採算が改善 次期に向けて新業務も受託 | 11 |
| 特定保健指導のスタートで生活習慣病予防分野は市場が拡大する | 5 | 冷蔵倉庫中心に投資を積極化するが計画より送れて進捗 | 12 |
| | | 【参考資料】 | |
| 【水産事業の戦略】 | | | |
| 非重点の圧縮進むがエビの軟調で採算改善にブレーキ | 6 | データ集 | 13 |

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る。

グラフ中の‘E’は見込み‘P’は中期計画を示している。

‘前回E’は2007年7月30日の第1四半期決算の際に発表した08 / 3期修正見込み、‘当初E’は2007年5月15日の07 / 3期決算の際に発表した08 / 3期見込み

文中の‘Q’は四半期を示している、1Qは第1四半期のこと。

08 / 3 Eを下方修正するが中計の最終目標は堅持する

「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 | 07 / 3 | 08 / 3前回E | 08 / 3 E | 前回E比 | 07 / 3比 |
|--------------|---------|-----------|----------|-------|---------|
| 売上高 | 4,576億円 | 4,703億円 | 4,600億円 | 103億円 | 101% |
| 営業利益 | 181億円 | 183億円 | 168億円 | 15億円 | 93% |
| 経常利益 | 173億円 | 173億円 | 160億円 | 13億円 | 92% |
| 当期純利益 | 108億円 | 102億円 | 98億円 | 4億円 | 90% |
| EPS | 34円 | 32円 | 31円 | 1円 | 3円 |
| ROE | 10% | 9% | 9% | - | -1% |

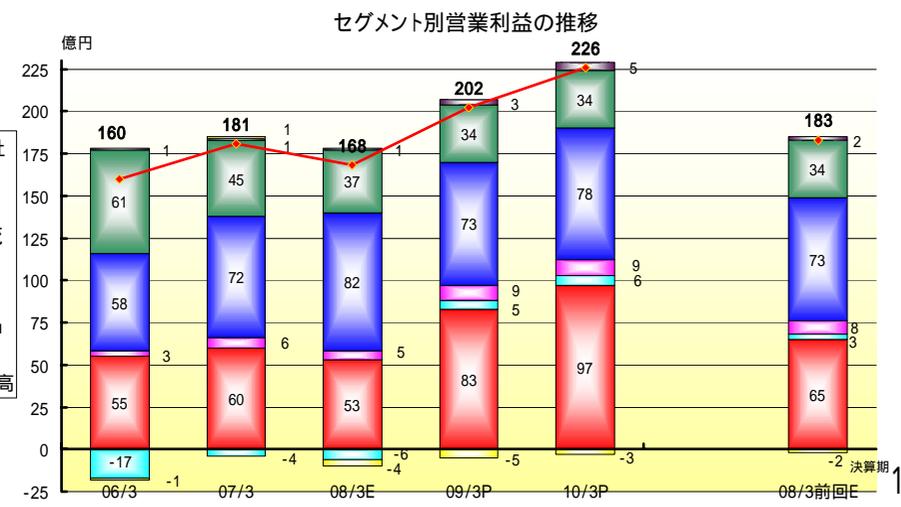
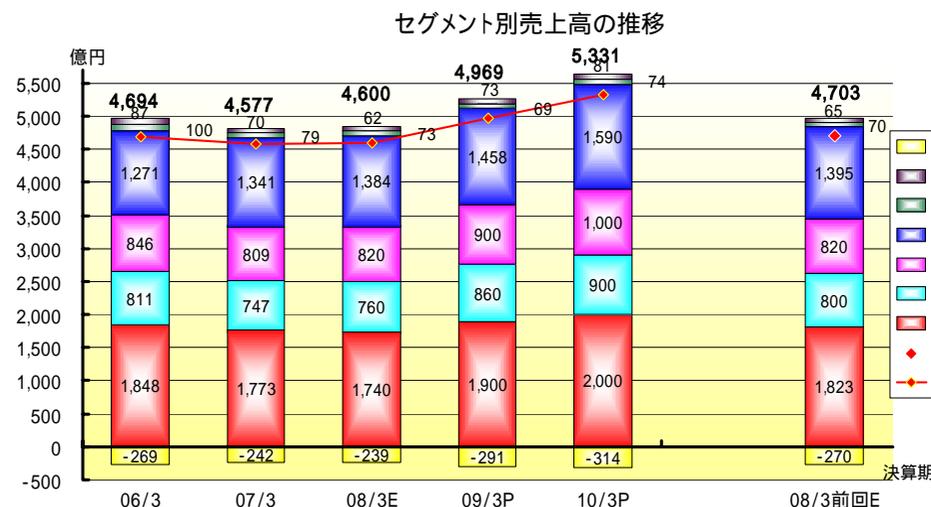
1. 08 / 3 Eは売上高を103億円、営業利益を15億円下方修正する。

注08 / 3前回Eは7月30日に発表したものです

売上高は加工食品の値上げとそれによる数量減の影響に加え家庭用の不振など合計83億円、エビなどの市況が軟調な水産が40億円の下方修正

営業利益は加工食品が12億円、水産が9億円下方修正するが、低温物流が海外の好調などで9億円上方修正

2. 中期計画の09 / 3 P・10 / 3 Pは合計・セグメント別とも発表当初の計画を修正していない。



加工食品事業の戦略

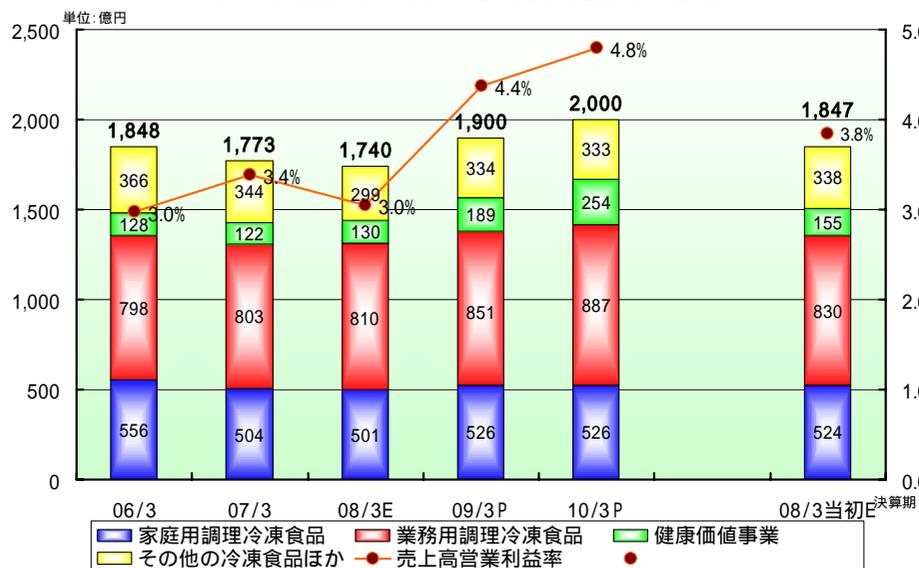
< 加工食品事業の戦略 >

値上げ浸透で原材料費上昇を吸収するが家庭用で苦戦

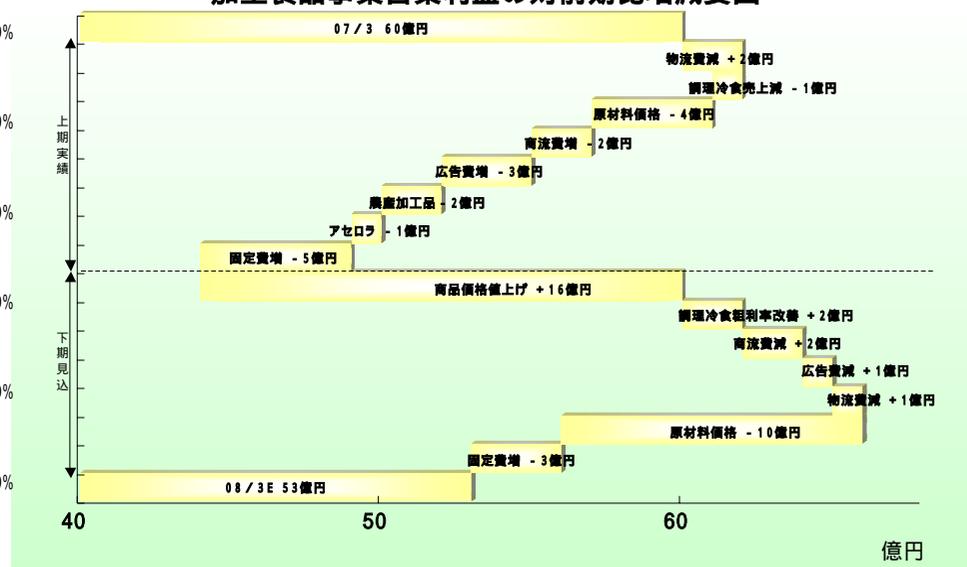
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 加工食品は中期経営計画の最終年度、10 / 3で売上高2,000億円、営業利益97億円、営業利益率4.8% (07 / 3は3.4%) を目標としているが、この目標は堅持する。
2. 畜産物をはじめとする原材料価格の上昇に対応し、07年10月から商品価格の値上げを順次実施しているが、この効果は4Qから本格的に収益に寄与してくる見通しで、今期の原材料費の上昇見込み14億円は吸収できる見通し。
3. 販売面では業務用が2Qから前期を上回り推移、ほぼ一年ぶりで回復が顕著になってきた。値上げによる販売数量の一時的な減少も吸収し通期では1%程度の増収は確保できる見通し。また家庭用は、昨年来実施している販促費の絞込みによる減収が回復できずにいることに加え、2Qに入り市場が前年割れとなっていること、値上げによる販売数量の減少がでる見通しで環境は厳しく、通期では1%程度の減収になる見込み。
4. ウェルネス食品は10月から新規子会社が事業を開始、中期計画達成に向け本格始動。

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



<加工食品事業の戦略>

値上げ効果は4Qから収益に本格寄与の見通しに

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

1. 8月16日に発表した冷凍食品の値上げは、10月1日から徐々に浸透を始めており、4Q以降はほぼ全面的に浸透する見込み。

家庭用は一部規格変更での対応も含めて、80%で交渉が決着した。11月以降は約60%で値上げが実現するが、一部で年内の販促条件の上積み要請もある。10月1日以降実質値上げ開始まで従来条件を適用する場合は販促費での処理となる
業務用は、多くの卸店では11月1日までに値上げが実施済みだが、一部の大口ユーザーでは値上げ交渉が滞るケースも出ている

2. 原材料の価格上昇見通し

畜肉原料を中心に2Qから本格化、08/3では前期比14億円のコストアップ
09/3に向けて小麦などの値上げ、チキン原料の再値上げなどが見込まれる

| | | 下半期の売上高 | 平均値上率 | 下半期の効果 |
|----|----------------------|---------|-------|--------|
| 家庭 | 値上げ対象 全体の90%超の商品 | 244億円 | 5% | 5億円 |
| 業務 | 値上げ対象は 全体の80%超の商品 | 344億円 | 6% | 10億円 |
| 農産 | 値上げ対象は ほぼすべての商品 | 79億円 | 2% | 0億円 |
| 合計 | | 667億円 | | 16億円 |

< 加工食品事業の戦略 >

業務用は2Q以降の回復で値上げ影響を吸収し増収に

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

- 07 / 3の3Qから前年を下回ってきた業務用調理冷凍食品は、2Qから本格的に回復、通期では値上げによる数量減を含め1%程度の増収となり、来年以降の本格的な回復につながる見通し。

今春の大型新商品、業務用のコロッケは、CVSやスーパーの惣菜売り場で販路を拡大、4Qからは当初計画並みの月間出荷量を確保できる見通し

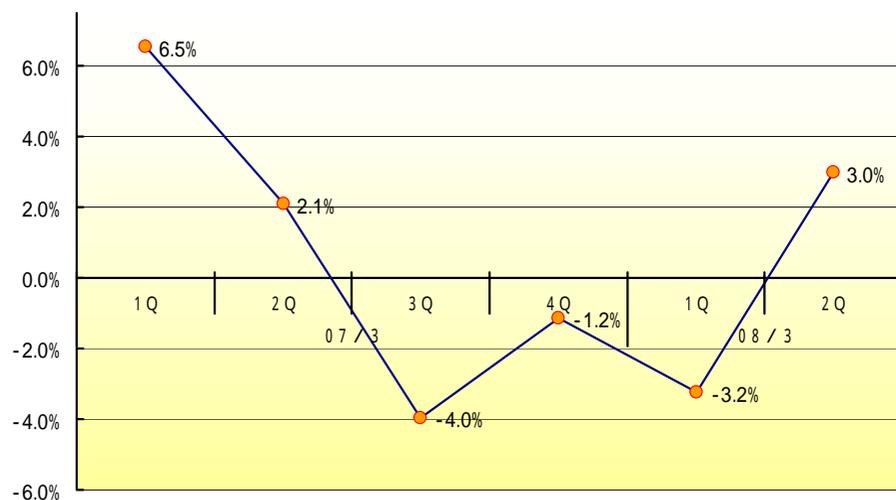
品質面での差別化が進む業務用チキン製品は納入先の拡大が続く見込み

- 中間期の工場操業度は64%で06 / 9比で横這い、08 / 3通期計画に対しては4ポイントの未達で、達成は困難な見込み、回復のためには家庭用調理冷凍食品のボリュームアップが不可欠、そのためには、

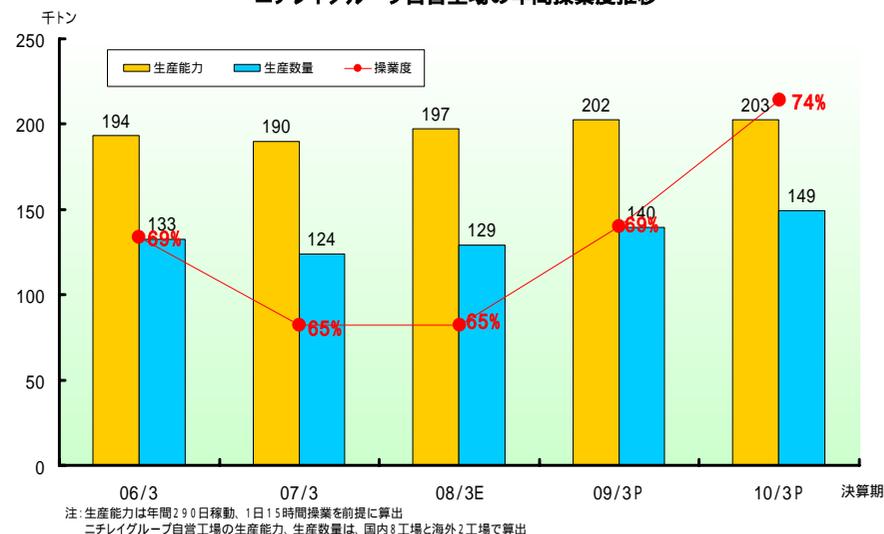
操業度の向上に寄与する重点6品は、07 / 9も前年をクリア、引き続きこの拡販を続ける。また冬期向けの新商品を投入する

中期的には改めて家庭用新商品開発に資源を傾注する

業務用調理冷凍食品の四半期ごと前年比推移



ニチレイグループ自営工場の年間操業度推移



< 加工食品事業の戦略 >

特定保健指導のスタートで生活習慣病予防分野は市場が拡大

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。ニチレイ

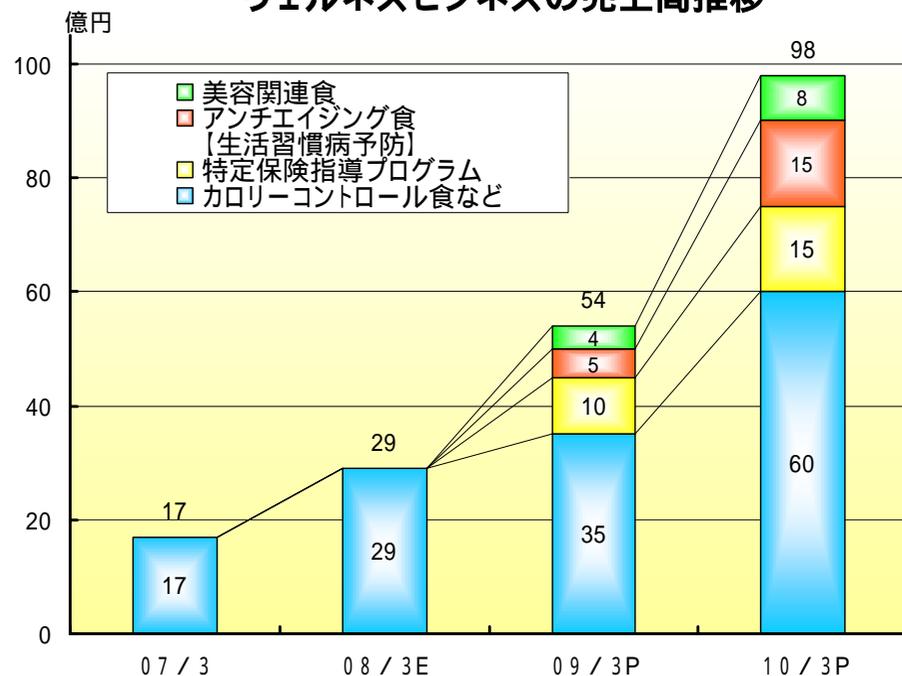
1. 中期計画の柱の一つは、ウェルネス食品の拡大、10月からは新規子会社が事業開始。
2. 2008年から実施される特定検診・特定保健指導により生活習慣病予防分野は一気に市場が顕在化するのを機会に市場拡大への取り組みを強化。

メタボリック対策のためのカロリーコントロールをテーマにした食生活指導の活発化

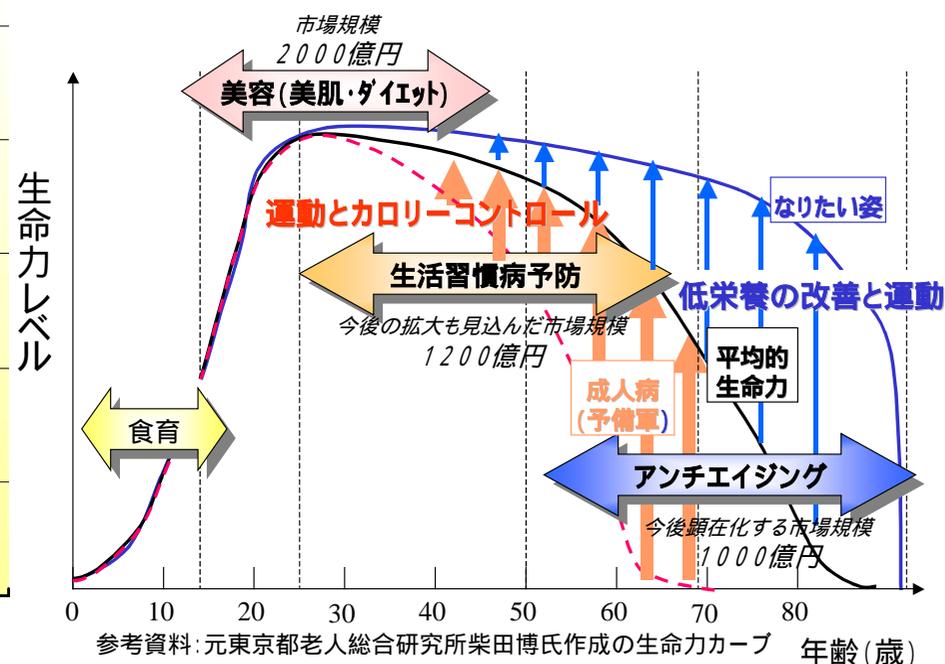
07年10月、三菱商事との合弁で設立した子会社「スマイルダイナー」が業務を開始、医療ルートを介した情報チャネルを構築しカロリーコントロール食の拡販を進める
10 / 3の売上目標は23億円

3. 今後市場の顕在化が予想されるアンチエイジング市場への参入準備を進める。

ウェルネスビジネスの売上高推移



ライフサイクルと健康価値ニーズの変化



水産事業の戦略

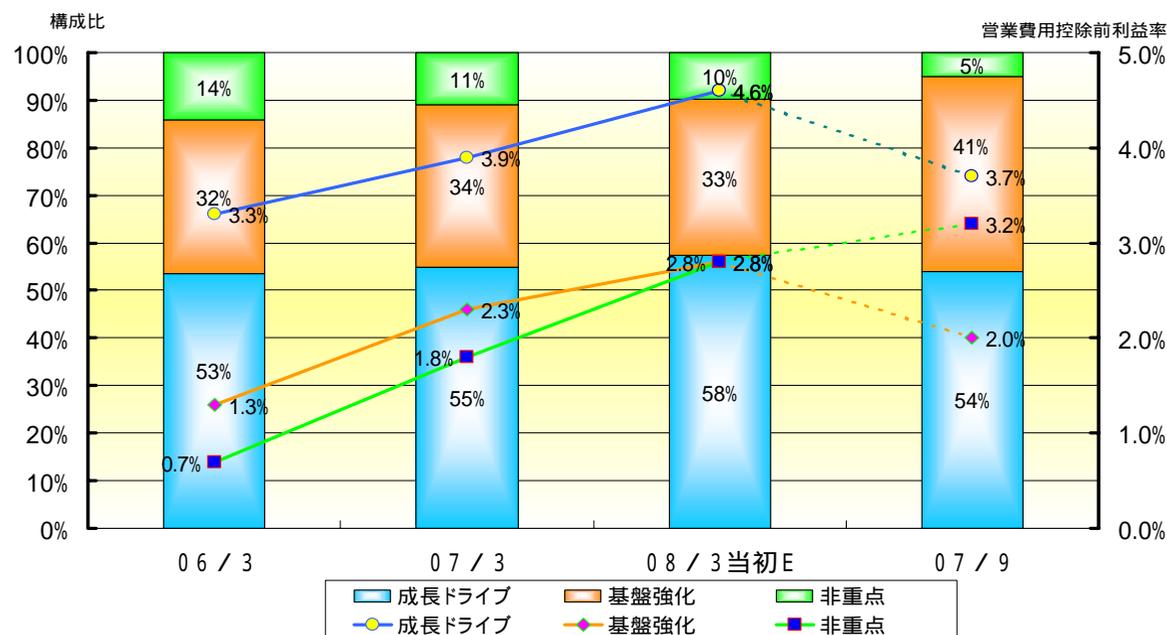
< 水産事業の戦略 >

非重点の圧縮進むがエビの軟調で採算改善にブレーキ

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 05年3月に発表した水産再生プラン進捗により、非重点領域の圧縮は計画以上に進捗、07 / 9は基盤強化領域を中心に取扱いを拡大し、全体では前期比2%の増収に。
2. より目標利益率を高く置く成長ドライブ領域は、エビが市況悪化とともにコスト競争力強化を狙った加工拠点の移行にも遅れがでて取扱いを絞込む結果となり、これに損失在庫処理も加わって利益率も低下、営業利益の計画未達の主因となった。また、基盤強化領域も取扱いは順調に拡大したが一部で不採算商材が発生、利益率は計画を下回った。
3. 下半期はエビなどの市況軟調が継続する見通しで08 / 3の営業黒字化は厳しい見通し。
4. 引き続き再生プランに沿い売上構成の改革を進めるとともに、中期的な体質強化を狙い、競争力のある加工拠点の確保や魚種別に更なる固定費の見直しなどを進める。

水産事業の戦略分類別売上構成・利益率推移



低温物流事業の戦略

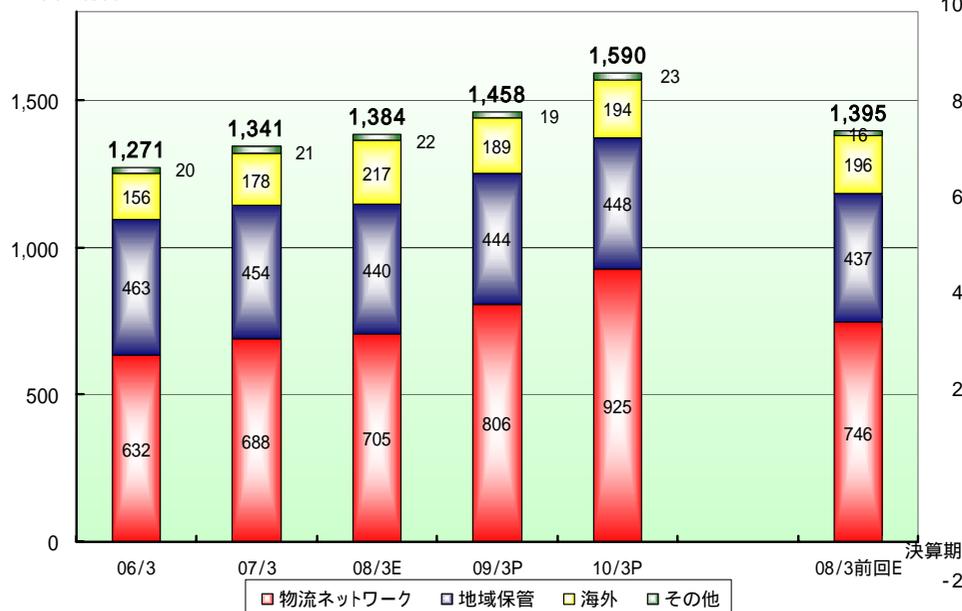
< 低温物流事業の戦略 >

海外と地域保管が堅調に推移し見込みを上方修正する

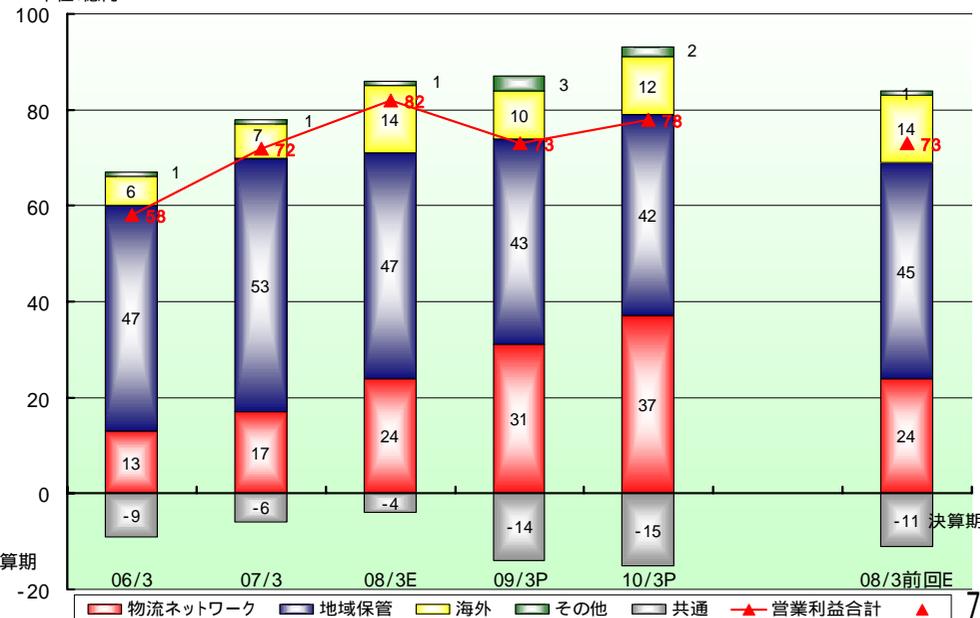
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 低温物流は中期経営計画の最終年度、10 / 3で売上高1,590億円、営業利益は78億円を目標としているが、営業利益は今回修正した08 / 3Eが最終目標を上回るようになるが、現時点では営業利益目標は据え置いたままとする。
2. 07 / 3まで懸案を抱えていた海外事業は、欧州が大幅に改善し、売上高・営業利益とも全体業績を牽引した。欧州事業は今後東欧地域での基盤強化を進める。
3. 地域保管は、これまで滞貨傾向にあった畜産物が減少し業界各社が在庫率を低下させる中で、当社は前年水準の在庫率を維持。昨年設備廃棄により能力が減少していることが減収・減益の要因となるが、当初計画を上回る実績となる。
4. 物流ネットワークは、売上げが伸び悩んでいるものの、不採算事業所の改善が予定通り進捗し当初計画どおりの営業利益となる見通し。

単位: 億円 低温物流事業のサブセグメント別売上高推移



単位: 億円 低温物流事業のサブセグメント別営業利益推移



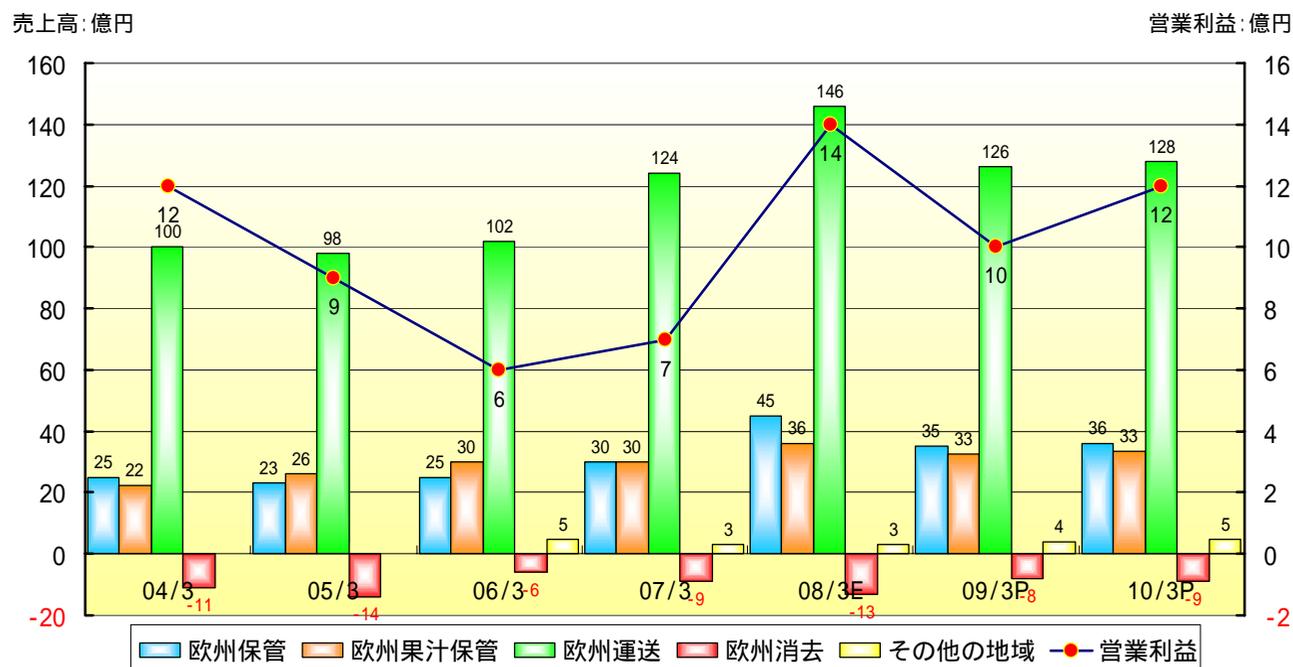
< 低温物流事業の戦略 >

冷蔵倉庫の懸案が解消した欧州が全体業績を押し上げる

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。ニチレイ

1. 2年前のハリケーン被害で搬入が減少した中南米産果汁保管の回復、ロッテルダム港湾と内陸部のフェンロで懸案であった冷蔵倉庫の稼働が集荷営業により回復、ロッテルダム港湾ではブラジルのチキン生産者に対して保管と運送を組合わせたソリューション提案が成功し大口顧客を獲得できた。
2. 運送事業は、ロッテルダムの通関収入拡大が寄与、東欧圏との運送需要の増加もあり引き続き高い成長が見込まれる。
3. ポーランドの冷蔵倉庫事業は採算が黒字化、次のステップの事業展開を視野に置く。
物流品質面で顧客からの信頼が増し、増設や新拠点の展開も具体的計画に入る
西側スーパーの進出が活発で、センターから店舗配送の物流委託ニーズが顕在化

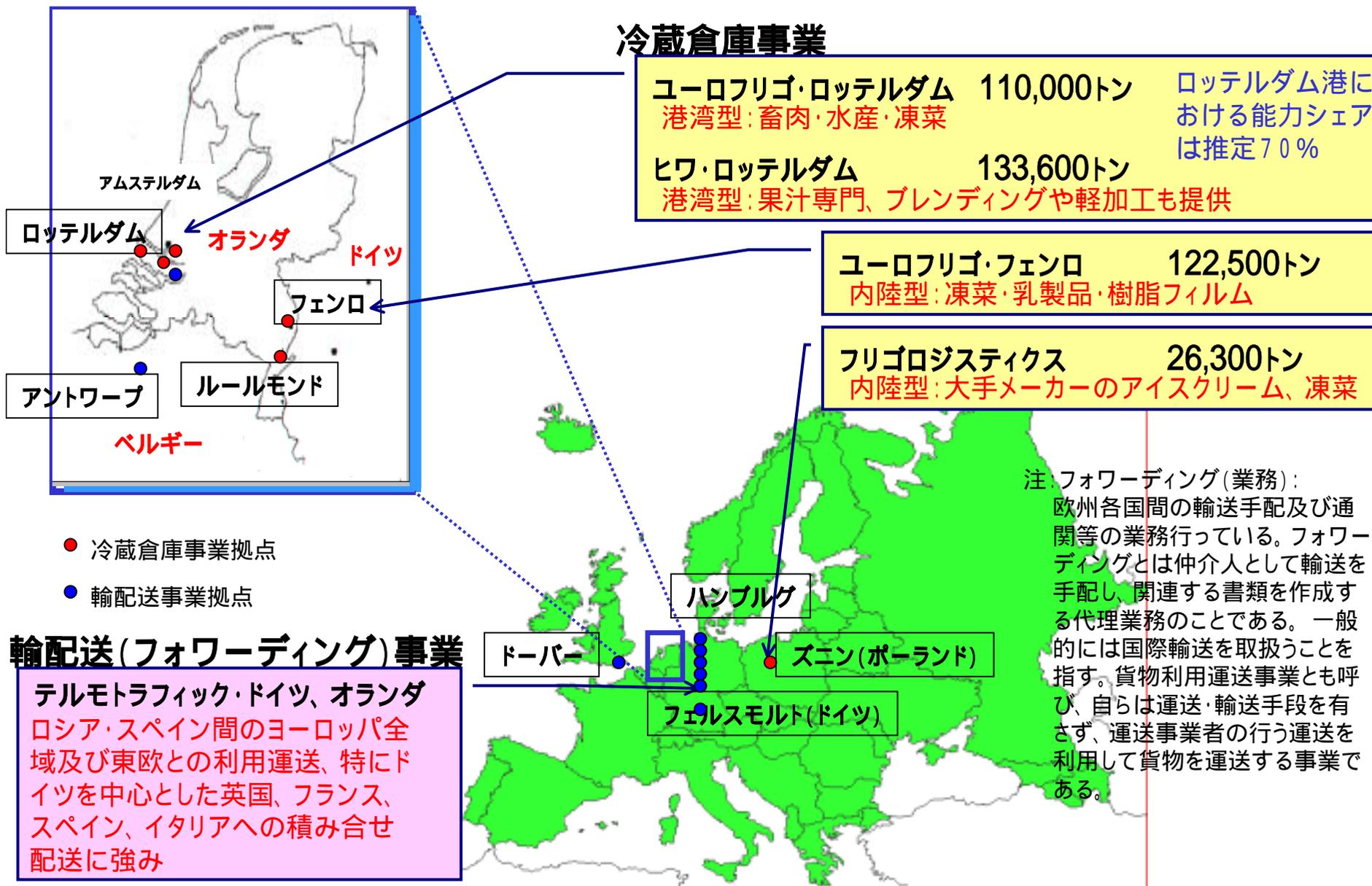
海外事業の業績推移



< 低温物流事業の戦略 >

欧州はオランダ・ドイツから東欧地域にも事業を拡大

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**



< 低温物流事業の戦略 >

地域保管は前年並みの在庫水準を維持する

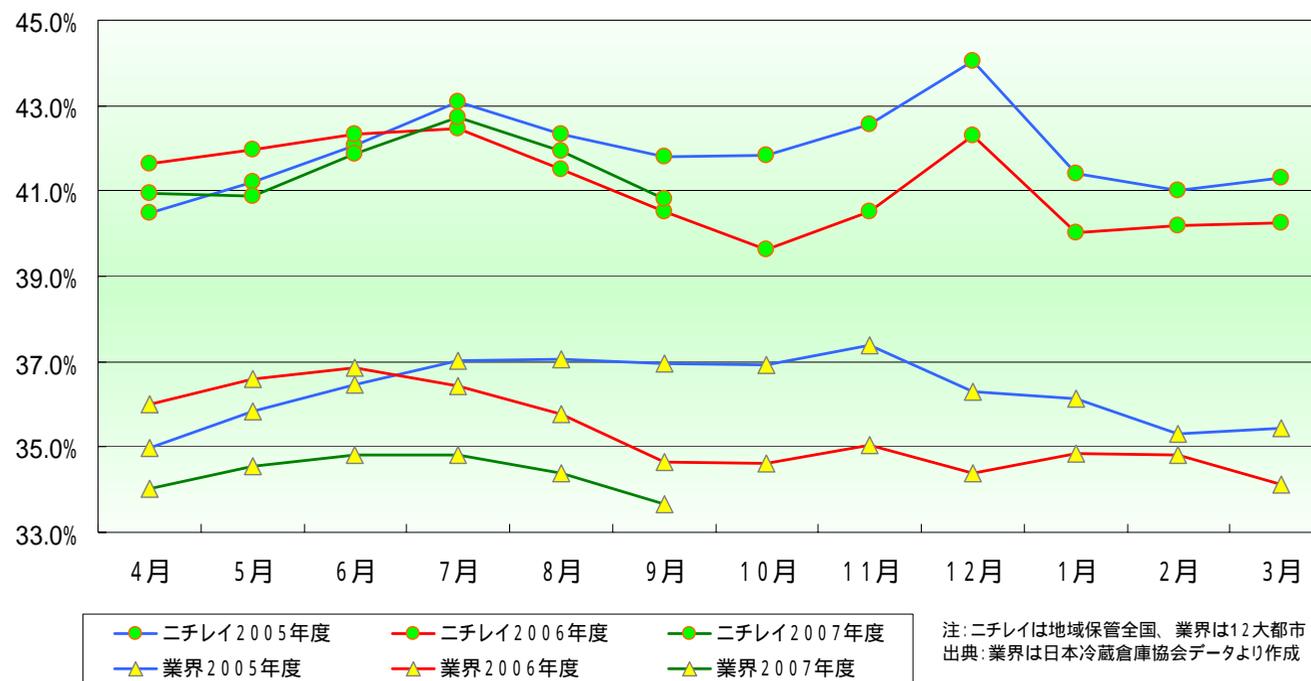
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **ニチレイ**

1. 首都圏を中心に畜産物の出庫により業界各社が前年比で在庫率を低下させる中で、当社は後荷の確保を順調に進め前年並みの在庫率を維持。

一昨年、中南米を襲ったハリケーンの影響で搬入が激減した凍結果汁の回復
地域密着営業の成果による地場農産物集荷が奏効

2. 下半期も前年並みの在庫水準を維持する見通し、設備廃棄による収容力の減少や減価償却制度改正による償却費負担増が減益要因となるものの、実質前年並みの営業利益を確保できる見通し。

冷蔵倉庫総合在庫率の推移



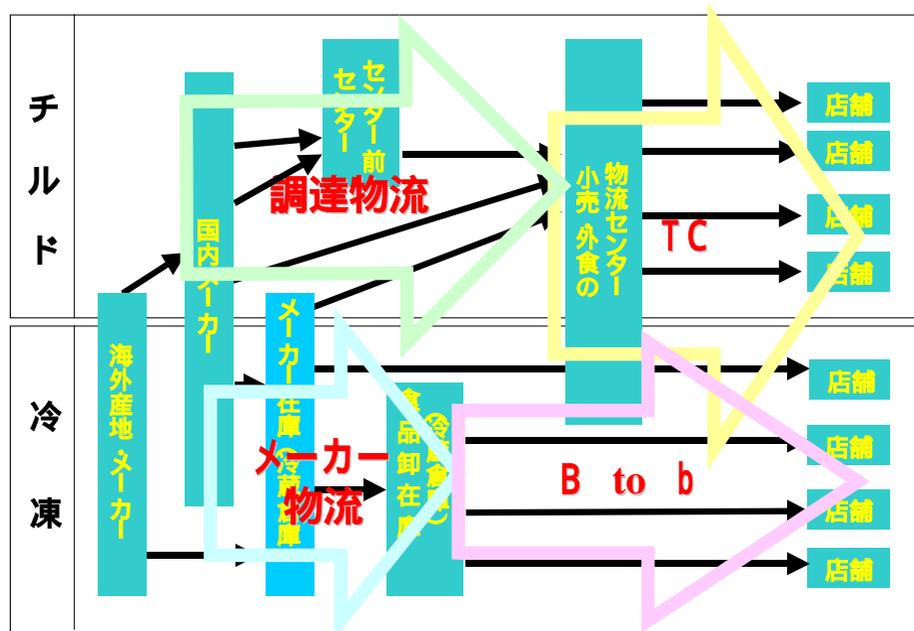
< 低温物流事業の戦略 >

売上伸び悩むも採算が改善 次期に向けて新業務も受託

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 物流ネットワークの事業領域は、チルド・冷凍温度帯の川上から川下まで全領域でのソリューション提供。
2. 中期経営計画では、3年間で年率10%の成長、237億円の売上を拡大する。
3. 08 / 3はニチレイフーズに対する取扱量減少が響き、計画していたメーカー物流の売上拡大が伸び悩む。
4. 焦点の不採算事業場の採算改善は大きく進捗する。
5. 上半期にGMSの青果物流業務を新規受託、今春からTC(通貨型センター)の受託提案を活発化させている。

物流ネットワークの事業領域図



物流ネットワーク事業の増収要因

| | 推定市場規模(億円) | ターゲット顧客 | 営業展開・提案内容 | 3年間の増収額(億円) 中期計画 |
|--------|------------|----------------------------------|---|---------------------|
| 調達物流 | 5,500 | ・GMS ・既存TC顧客 | ・既存顧客配送網を活かし一次製品の大型輸送 ・既存TCへ搬入される商材の取り込み | 38 |
| TC | 3,300 | ・リ・ジョナルスーパー ・既存顧客 | ・これまで培った実績を強みに提案営業展開 ・青果専用センターの受託 ・稼働中のTCの通過高拡大 | 110 |
| メーカー物流 | 3,800 | ・冷食メーカー ・製パンメーカー ・地場加工メーカー | ・ニチレイフーズの物流を軸に共同物流や混載輸送の拡大 ・小口商材の混載輸送の拡大 | 65 |
| B to b | 8,700 | ・菓子メーカー ・外食チェーン ・百貨店 | ・東海地区で培ったノウハウの横展開 ・物流共同化提案による荷主拡大 | 25 |
| 合計 | 21,300 | | | 237 |

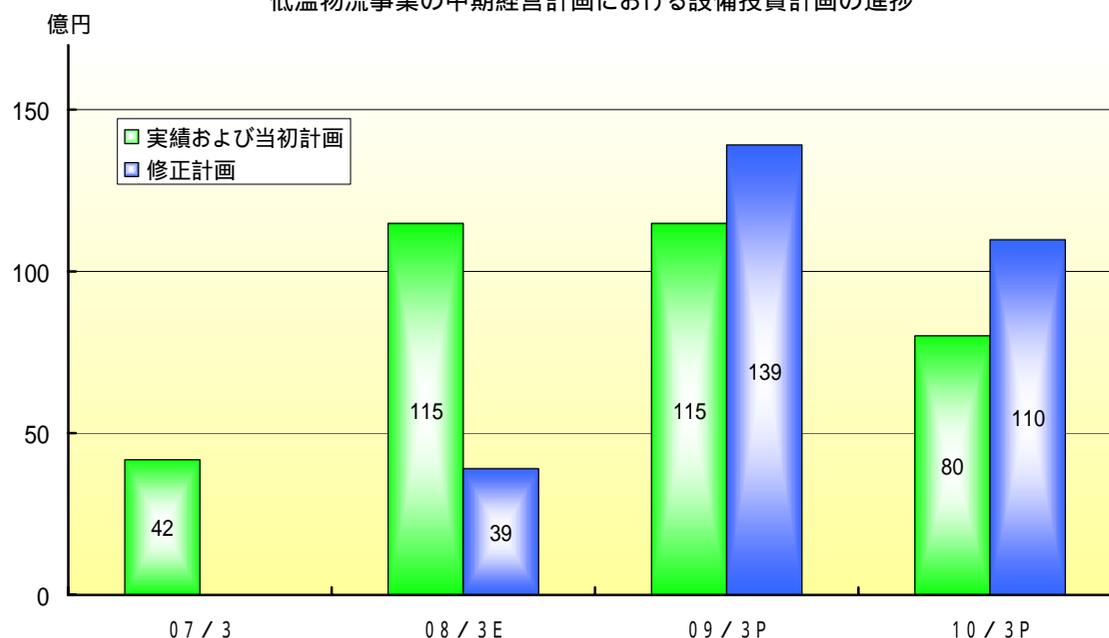
< 低温物流事業の戦略 >

冷蔵倉庫中心に投資を積極化するが計画より遅れて進捗

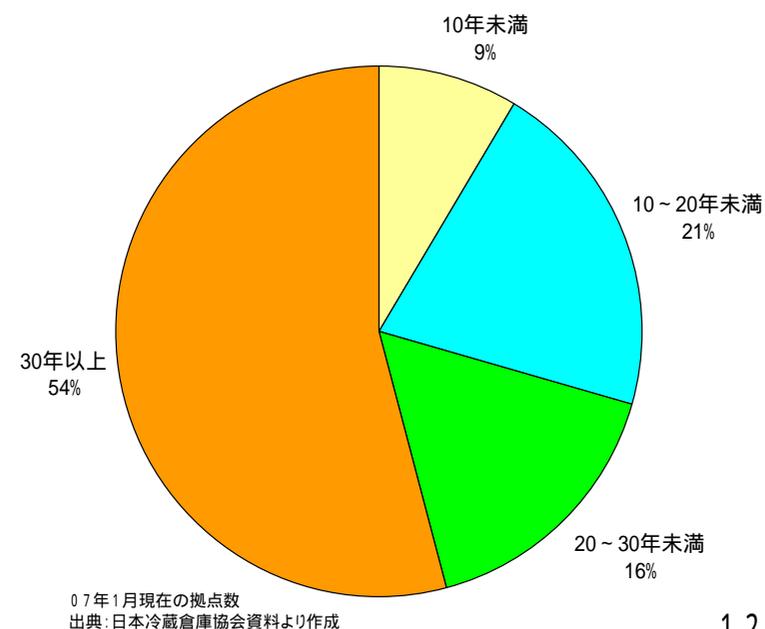
「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 **Nニチレイ**

1. 中期経営計画では冷蔵倉庫のスクラップ&ビルドと物流ネットワーク事業の新センター受託を中心に、設備投資を積極化し3年間で310億円実施する計画だが、現状では半年程度のスケジュール遅れがでている。
2. 冷蔵倉庫業界では、既存倉庫の築後経過年数が長期となっていることにより、建替えが喫緊の課題となってきた。建替えを進められるかどうかで業者間格差が広がる可能性も指摘されている。
3. 物流ネットワーク事業の新センター(TC)の受託提案は今春から再度活発化しており、中期経営計画3年間で5センター程度の新規受託を目指している。

低温物流事業の中期経営計画における設備投資計画の進捗



業界の冷蔵倉庫築後経過年数



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 | 08/3E | | 09/3P | 10/3P |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | 今回 | 前回 | | |
| (売上高) | | | | | | |
| 加工食品 | 1,848 | 1,773 | 1,740 | 1,823 | 1,900 | 2,000 |
| 水産 | 811 | 747 | 760 | 800 | 860 | 900 |
| 畜産 | 846 | 809 | 820 | 820 | 900 | 1,000 |
| 低温物流 | 1,271 | 1,341 | 1,384 | 1,395 | 1,458 | 1,590 |
| 不動産 | 100 | 79 | 73 | 70 | 69 | 74 |
| その他 | 87 | 70 | 62 | 65 | 73 | 81 |
| 全社または消去 | -269 | -242 | -239 | -270 | -291 | -314 |
| 合計 | 4,694 | 4,577 | 4,600 | 4,703 | 4,969 | 5,331 |
| (営業利益) | | | | | | |
| 加工食品 | 55 | 60 | 53 | 65 | 83 | 97 |
| 水産 | -17 | -4 | -6 | 3 | 5 | 6 |
| 畜産 | 3 | 6 | 5 | 8 | 9 | 9 |
| 低温物流 | 58 | 72 | 82 | 73 | 73 | 78 |
| 不動産 | 61 | 45 | 37 | 34 | 34 | 34 |
| その他 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 5 |
| 全社または消去 | -1 | 1 | -4 | -2 | -5 | -3 |
| 合計 | 160 | 181 | 168 | 183 | 202 | 226 |

減価償却制度変更とリース資産会計制度変更による影響金額

単位：億円

| | 08/3E | 09/3P | 10/3P |
|-------------------|-------|-------|-------|
| 営業費用 | 5 | 2 | 5 |
| 減価償却制度変更による増加額 | 5 | 8 | 11 |
| リース資産会計制度変更による減少額 | - | -6 | -6 |
| 営業外費用 | - | 7 | 6 |
| リース資産会計制度変更による増加額 | - | 7 | 6 |
| 特別損失 | - | 15 | - |
| リース資産会計制度変更による増加額 | - | 15 | - |

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直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：

ニチレイグループの事業活動を取り巻く個人消費動向を中心とした経済情勢および業界環境
米ドル・ユーロを中心とした為替レートの変動

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

新商品・新サービス開発の実現性

成長戦略とローコスト構造の実現性

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

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。