

2021年3月期 第1四半期決算説明における質疑応答の概要

(2020年8月4日(火)、東京)

【グループ全体】

Q. 連結の営業利益が第1四半期で10億円の増益、通期では5億円増益の見通しなので、第2四半期以降減益となる期間があると思うが、どのくらいのタイミングでこういった理由で減益を見ているのか。

A. 特に低温物流の海外のコロナによるマイナス影響が第1四半期は限定的であり、第2四半期以降に影響が出てくる(海外は12月決算のため3か月ずれて連結している)。

国内においては、コロナ影響の回復が期初の想定よりも遅れる見込であり、7月以降も引き続き加工食品の業務用を中心に厳しい状況が続くと見ている。

また、第1四半期は広告費が前年との実施時期のズレもあり、プラス影響が少し大きく出ているという要因もある。その他の管理費も第1四半期では削減できているが、事業活動が通常に戻ってくると削減額は徐々に小さくなっていくと見ている。

【加工食品事業】

Q. 営業利益の増減見通しを期初から変更していると思うが、内容を教えてほしい。

A. 通期の売上見込を修正し調理品は減収になる見込みであり、期初時点で増収効果を前期比+5億円と見ていたがこれがマイナスになる見通しである。

このマイナス分を、計画を上回って進捗している海外の関係会社で2~3億円、広告費や管理費の削減で5億円程度上乗せしてカバーすることで、営業利益は前回見込みから変更していない。

Q. 売上の増減率は、家庭用が+12%ということだが、家庭用の米飯やチキンの伸び率はどうだったのか。新商品の「極上ヒレかつ」の状況も合わせて教えてほしい。また、御社の伸びが市場を下回っている理由も教えていただきたい。

A. 米飯類は約10%強の伸び、チキン加工品は15%程度の伸びだった。ハンバーグなどの食肉加工品は20%強伸びており、このカテゴリに「極上ヒレかつ」も含まれている。

家庭用が市場を下回った理由は、第1四半期は特にラーメンやうどん等の麺類の伸びが非常に強く、当社は麺類の取扱いが小さいので影響したと考えている。

Q. 業務用の売上高は-12%ということだが、業態別の減少率を教えてほしい。

A. 業態別の数値はご容赦いただきたいが、冷凍食品だけでなく業務用市場全体の状況とし

では、外食マーケットは3割近く下落、量販店の総菜は前年を少し下回り、CVSは来客数が10%以上減少したということで、これらの影響を受けている状況である。

【低温物流事業】

Q. 低温物流は通期で3億円増益の見通しなので、残り9か月で3億円の減益となるが、主な要因は何か。

A. 第1四半期はTC事業が好調で上期まではこの状況が続くと思うが、下期以降一巡してくると見ている。第2四半期以降は欧州のマイナス影響の顕在化や、期初から見込んでいたシステム費用の増加が減益要因となる。

Q. 低温物流は非常に堅調だったように思う。市場が厳しい状況の中で、御社が良い業績を確保している理由は何か。

A. 1Qが好調だった要因はTCの取り扱い拡大が挙げられる。量販店の店舗配送用の専用センターをいくつか運営しているが、量販店で日配品を含め販売が非常に増えている。色々なメーカーがセンターに持ってきて、そこで仕分けして配送する業務を行っているという事の強みが1Qで出たと思う。

Q. 倉庫の在庫が詰まっている一方で、荷動きが鈍化することによるリスクはあるか。

A. 地域保管事業は保管料収入に加え、入庫と出庫のオペレーションによる入出庫賃収入も主な収益源となっており、その部分にはマイナス影響となる。

首都圏や大阪港湾地区の冷蔵倉庫は逼迫している状況だが、その中間に位置する名古屋地区に物流センターを新設した。保管需要を取り込んで、立ち上げから順調に稼働したということはプラスに働いている。

以上