

2021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

(2020年11月5日(木)、Web・電話会議)

Q. 業務用調理品の業態別の状況について教えてほしい。上期△15%、下期△14%と停滞が続く見通しになっている。業態別に色々な施策を打つようだがどう反映されているのか。

A. 業務用は堅めにみているとご理解いただきたい。期初時点では下期から上向くと思っていたが、2Qに入ってから回復が遅れている。新商品の提案など業態別に対応しているが、コロナの影響もあり売上げにどう結びついていくかの判断が難しいため、数字は大きくは見込んでいないということが背景にある。

Q. 業務用は来期以降、どう回復するのか。コロナ前の水準までいつ戻る想定か。

A. 新商品の導入などにより4Qから結果が出てくるものもあるが、来期は少なくとも2019年度の水準まで戻していきたい。中食や外食業態も色々な手を打たれると思うので、一緒にそこを取り組んで2019年度の水準を狙っていきたい。

Q. 関係会社の業績が好調でかなり利益が出ており、下期も貢献が続く見込になっているが背景を教えてほしい。

A. 海外の関係会社、特に米国のイノバジアン・クイジーン社が好調。日本と同じように家庭用市場が伸長しており、大手量販店を中心に販売が拡大している。  
また、タイの関係会社も期初見込比で上振れしている。金額的には米国が大きいですが、タイの会社も貢献している。

Q. 来期、中計最終年度の営業利益350億円への手応えを現時点でどうお考えか。

A. 数字については狙っていけると考えている。コロナ禍において、低温物流が食のインフラとしての役割をしっかりと担い計画通り行っているのが、ここがかなり下支えになる。加工食品については、生活スタイルが大きく変わり、業態が変化した形になっているが、家庭用でうまく対応できれば数字は見込めると思う。当初計画していた家庭用と業務用の投資の配分の仕方については検討する必要があるが、350億円は達成していきたい。

Q. 業態が変化しているという話だが、今回の一連の消費行動の変化は御社にとってチャンスと捉えているのか。

A. チャンスと捉えている。いずれ生活者の働き方などが変化していくと想定していたがそれが早まったということ。変化にどれだけスピードを持って対応できるかが鍵だと思っ

ている。当社の顧客基盤の中で、強固に取り組めるところを中心に商品・サービスを提供していきたい。

Q. 業務用の冷蔵は売り方や商品が大きく変わっていくというイメージを持っておくべきなのか。

A. コロナ終息後も元の姿には戻らないと見ており、宅配やテイクアウト需要は今後も続くだろう。我々メーカーが持っている商品仕様やサービスはそれらに特化したものはまだまだ少ないため、生産設備や物流体制を整えていく必要がある。

Q. 低温物流が来期下支えするということが、来期増益の確度と、どのようにやっていくのかを教えてください。

A. 足元ではコロナ影響で輸入貨物が減ってきており、首都圏や関西で若干庫腹の余裕が出てきたため、貨物の保管配置を見直して効率的に置き直すことができる状況になっている。4月に東京と関西の中間地点として名古屋みなと DC を新設したので、輸入貨物をしっかり押さえて、物量が増えたときに東京や大阪で受けられない貨物を名古屋でも受け入れる体制を整えていく。また、冷凍食品の共配提案もしており、来期はそれなりの数字が出てくる。保管拠点と輸送をつないでサービスを提供できることが当社の強みであり、来期も国内事業が数字を引っ張っていく。

海外では、イギリスを含め欧州で投資案件を検討している。欧州においても、コロナ禍で業務用が不調で量販店は良いという傾向は日本と同じだが、正常化したときに業容拡大ができるよう設備投資については積極的に進めていきたい。

Q. 家庭用冷凍食品はハードルが高い中で通期 10%増の計画となっているが、今後の伸びしろはどうか。

A. 数量増の申し入れは来ているので伸びしろはまだまだあり、来期も続くとみている。上期に米飯とチキン加工品で設備投資を実施したので、下期から生産能力を上げることができる。メインで伸びているのは米飯とチキン加工品だが、食肉カテゴリでは「極上ヒレかつ」が大変良い。今川焼などスナック系も好調で設備投資も検討している。主力商品の生産能力を上げれば、まだまだ受注が取れると考えている。

Q. 米国のイノバジアン社は通期で 5%増収の計画のようだが P9 のグラフではもっと伸びているように見える。上期でどのくらい売上が増えたのか。また、商品調達を整備するということが、今のキャパシティでどこまで伸ばせる余地があるのか。

A. 上期は 14%の増収。想定以上に伸びているが、少し弱めに見込んでいるので適切なタイミングで見直していく。

キャパシティについては調達先も増えたので今は対応できている。これ以上伸びていく

ようであれば、新たな調達先や自社保有なども検討していく。

Q. 75周年記念配当はなぜこのタイミングなのか、来期以降の見通しは。また、自社株買いではなく配当を選択した理由を教えてください。

A. 期初に記念配当は考えていたが、コロナ影響でキャッシュ・フローが不透明だったため、しばらく様子を見ていた。半期が経過し、今期の当期利益も200億円が達成できそうだとすることで記念配当を行うことにした。引き続きDOEの3%をベースに、記念配当の影響も考慮して検討していく予定である。

また、今回の記念配当金は総額8億円程度である。今後は成長投資に加え新規事業の探索や、TCFD対応など環境面への投資、デジタル化への投資などを計画しており、こういった投資に優先的に財源を振り向けていくという観点から、自社株買いではなく配当を選択した。

Q. 水産・畜産事業のマージンをどう変えていくのか。

A. 水産については収益構造を変えていく取組みを検討している。加工食品とどうシナジーを出していくかという点で構造を変えていきたい。

畜産は、特にチキンについてはシナジーが出ている。

以上