

皆さま、こんにちは。社長の大櫛でございます。

本日は、当社第2四半期の決算説明会にご参加いただき、ありがとうございます。

今回はウェブ会議と電話会議を併用して行いますので、どうぞ宜しくお願いいたします。

それでは、説明に入ります。

まず1ページ、「上期の実績」です。

グループ全体の売上高は2,818億円で、前期比マイナス101億円、3%の減収となり、営業利益は167億円で、前期比プラス18億円、12%の増益となりました。

コロナ影響により、巣ごもり消費需要の拡大で家庭用向けの内食、中食は好調だったものの、外食向けが大きく低迷したことなどから減収となりましたが、低温物流が好調に推移したことや、グループ全体でコストマネジメントを徹底し、増益を確保しました。

当期純利益は109億円で、前期比プラス14億円、14%の増益となりました。

次に2ページです。

「コロナ禍における当社グループの状況」ですが、

- ・在宅時間が高まり、生活者のライフスタイルが変化したことで、外食業態は厳しい状況が続いており、いわゆる「巣ごもり」に関連する商品の需要が伸びています。このような中、当社は、従業員の感染防止に努め、生産工場や物流センターを滞りなく稼働することができています。
- ・加工食品においては、国内外で家庭用調理品の販売、低温物流は食品スーパーの配送、水産・畜産では、内食向けの素材品や加工品の販売など、巣ごもり消費のニーズに合った商品やサービスの提供に注力するとともに、全社的なコストマネジメントを徹底してまいりました。
- ・コロナ影響は、期初時点でマイナス25億円以上と見ていましたが、現段階において感染終息時期が見えてはいません。その影響が更に拡大していく中でも、これを吸収し通期でも増益を確保する見込です。
- ・食品・物流ともに内食・中食・外食など、食の幅広い業態へ対応できる当社グループの事業特性を最大限に活かし、需要の変化に迅速に対応した事業運営を進めてまいります。

次に3ページをご覧ください。「今後の取り組み」についてです。

- ・今期は、営業利益は増益、売上は減収となる見込です。前回で申しました通り、コロナ禍においても生活者の食の総需要は変わりません。家庭用商品の拡大やその生産体制の整備を進めることはできましたが、外食業態における「買い場・買い方」の変化への対応が遅れ、業務用の売上回復が遅れていることが課題と認識しています。具体的な対応については、後ほどご説明します。
- ・今後の成長戦略の実現に向けては、トップラインの伸びが利益成長の源泉になると考えています。国内外において、冷凍食品や低温物流のニーズは、まだまだ伸びる余地があると捉えており、変化していく業態へ対応できるよう、強みのある顧客基盤をベースにして、需要が強い業態向けの取り組みを強化するとともに、新たな需要拡大に向けた資源配分や商品開発を推し進めることで売上を回復してまいります。

4ページをご覧ください。「今期の経営施策の進捗と下期の対応」です。

- ・セグメント別の内容は、7ページからの通期見込数値と合わせてご説明します。
- ・ESG関連として、6月に重要事項、マテリアリティを特定しましたことを公表しましたが、その経緯や考え方につきましては、9月発行の当社グループの統合レポートをご確認いただければと思います。
- ・下期は、この重要事項を中期的な経営計画に組み込み、策定してまいります。また、環境面においては、TCFD提言への賛同を表明し、合わせて長期環境目標を制定しましたので、この目標達成に向け取り組んでまいります。

次に5ページをご覧ください。「通期の業績見込」です。

- ・今期はコロナ影響で先行きが見通しづらいことから、業績予想を四半期の進捗ごとに見直すことをご案内しておりましたので、通期の数値については、8月の第1四半期時点の見込との比較を中心にご説明いたします。
- ・まずグループ全体の売上高ですが、想定以上にコロナ影響を受け、加工食品を中心に売上げの回復が遅れており、前回見込から135億円下方修正し5,715億円、前期比2%の減収となる見込です。
- ・営業利益は、低温物流が計画を上回って進捗していることや、全社的なコスト抑制効果もあり、前回見込から5億円上方修正の320億円、前期比プラス10億円で3%の増益となる見込です。
- ・当期純利益は200億円に変更ありません。

詳細につきましては、後ほどセグメント別にご説明します。

次に6ページの「設備投資と財務戦略」についてです。

- ・設備投資に関しましては、成長投資や基盤強化への投資を計画に沿って実施しています。
- ・設備投資の見込は358億円で、期初想定より30億円ほど減額しますが、大きな成長投資に遅れはありません。加工食品では売上拡大に向け国内外で生産能力を強化し、低温物流では大型冷蔵倉庫を新設するなど、主力2事業を中心に資源配分を進めていきます。
- ・配当金については、昨日公表しましたとおり、創立75周年の記念配当を6円実施することいたしました。今期は期初想定2円増配と合わせ8円の増配となり、1株当たりの年間配当金は50円とさせていただきます予定です。

続きまして、7ページをご覧ください。「セグメント別の状況」です。

まず、「加工食品事業」です。

- ・上期の売上高は1,126億円で、前期比マイナス59億円、5%の減収となりました。
- ・家庭用マーケットは、巣ごもり需要が拡大し、上期は市場全体で13%の伸びとなりました。当社においては、主力商品の「本格炒め炒飯」や「特から」に加え、春の新品「極上ヒレかつ」が好調で、前期比11%の伸びとなりました。
- ・業務用調理品は、外食向けや中食の大手ユーザー向けの販売回復が遅れ、15%の減収となりました。
- ・一方、営業利益は86億円と前期比プラス1億円となりました。家庭用の拡販や米国など海外関係会社の業績向上に加え、経費抑制により増益を確保することができました。

・次に、通期の見込です。

- ・家庭用調理品は、昨年下半年も10%の高い伸びでしたが、需要増加を追い風に、引き続き主力商品の拡販に努め、通期の売上高は715億円で10%の増収を見込んでおります。
- ・業務用調理品は、需要が堅調な中食向けに既存品の拡販や新商品の導入に取り組めますが、上期の進捗遅れを取り戻すことができず、前回見込を53億円下方修正し、通期の売上高は850億円

の15%の減収となる見込です。

- ・農産加工品は、家庭用向けの商品が好調で、業務用の落込みをカバーし、増収を確保する見込です。
- ・海外は、米国イノバジアン社が好調を維持し、通期で4%の増収を見込んでいます。
- ・また、「その他」の категорияですが、コロナ影響により、業務用の常温商品や、カフェ用の氷の販売が振るわず、今回15億円減額しております。

- ・通期の営業利益は168億円と2億円減額しますが、前期を上回る利益確保をめざします。項目別の増減内容については、16ページに掲載しておりますので、後ほどご覧いただければと思います。第3・第4四半期の利益の出方について少し補足させていただきます。昨年を振り返りますと、第3四半期単独は、販売拡大などにより営業利益は55億円で、前期比22%の大幅増益となりました。一方、第4四半期単独では、主力商品のプロモーションを強化し広告費を積み増したことにより、営業利益は28億円と、前期比24%の減益でした。今期の第3・第4四半期は、昨年のような動きは無いと想定しておりますので、第3四半期累計では一旦減益の見え方になりますが、第4四半期でこれを挽回し、通期では前期を上回る利益を見込んでおります。

次に8ページをご覧ください。

- ・重要課題である「売上げの回復」に向けた施策について、ご説明します。全体方針としては、当社の強みであるチャネルの多さや生産能力の高さを活かして、伸長する業態へ更に資源配分を行い、今後の売上拡大につなげていきたいと考えております。
- ・家庭用は需要拡大が続いており、今後も一定の伸長が期待できる市場です。生活者の在宅時間が増える中、料理素材品などのニーズも高まっており、主力商品の米飯類やからあげ類と合わせて、家庭内調理を見据えた魅力ある商品を提供していくことで、コロナ禍での成長をけん引していきます。
- ・中食業態では、市場規模が大きく需要が堅調な量販店惣菜向けに注力します。コロナによる売り場、売り方の変化の影響もあり、上期はやや伸び悩みましたが、新しい売り場にあった商品開発を強化するとともに、ファーストフードをはじめとする伸長している外食需要の取り込みを狙っていきます。
- ・また、コンビニエンス業態では、カウンターレジ回り商材の販売回復が遅れている状況にあります。密閉型でない商品提供による感染リスク懸念やレジ袋有料化も要因の1つであるとの仮説のもと、包装形態までに拘った提案を実施してまいります。
- ・このコロナ禍で堅調に推移しているのが、病院や高齢者福祉施設向けの給食です。これらの業態特化型の商品開発に取り組み、新たに開発営業ができる専門チームを編成し対応していきます。
- ・また、外食向け含め、テイクアウトや宅配サービスが増加していますので、個食やアッセンブル商品などの需要も高まっています。既存の生産ラインを活用しながら、新たな設備投資を検討してまいります。

以上のような施策のもと、売上げ回復と成長を図ってまいります。

次に9ページをご覧ください。「海外の状況」です。

今回は、主に米国のイノバジアン社について説明いたします。

- ・米国各地では3月にロックダウンが始まったことにより、家庭用商品の特需が発生し、現在も、特にアジア冷凍食品市場は2桁の高い伸びを維持しています。
- ・このような中、イノバジアン社は、これまでファミリー向けや個食向けの商品開発を強化しながら、ブランドアップを図ってきたことから、大手量販店を中心に販売が伸長し、利益率も大幅に

向上しています。今後も販売拡大を見込んでいますので、商品の調達体制の整備も行ってまいります。

続きまして、10ページをご覧ください。次のセグメント「低温物流事業」です。

まず上期の状況です。

- ・売上高は1,047億円、前期比プラス20億円、2%の増収となりました。
- ・国内では、物流ネットワークのTC事業において、食品スーパー向けの取扱いが拡大するとともに、地域保管も堅調に推移し売上高は5%の増収となりました。
- ・海外では、欧州において、コロナ影響により外食向け運送の物量が減少し、7%の減収となりました。
- ・営業利益は69億円で、前期比プラス12億円、22%の増益となりました。
- ・TCの拡大や冷凍食品の物量増加による増収効果に加え、コスト抑制も進み、増益となりました。

次に、通期の見込です。

- ・国内の売上高は、下期もTCを中心に堅調に推移すると見込み、通期で5%の増収を計画しています。一方、海外では、欧州においてコロナ感染再拡大の影響を受けると想定されることから、通期で10%の減収となる見込です。
- ・以上により通期の売上高は2,100億円と、前回見込から31億円減額しますが、これは主に国内の期初時点の見積もりが、やや過大であったことによる調整とご理解いただければと思います。
- ・通期の営業利益は、125億円で、前回見込より4億円上方修正します。
上期の好調な進捗を踏まえ上方修正するもので、項目別の増減要因については、後ほど16ページをご覧くださいと思いますが、ここでは下期減益見込の主な要因について、ご説明します。
- ・売上面では、上期にけん引したTCや家庭用冷食の物量増加が、徐々に落ち着きを取り戻していること、また、畜産原料などの輸入貨物は、上期は高在庫で推移しましたが、外食需要の低下などにより、搬入の減少、荷動き鈍化が見られます。
- ・コスト面では、名古屋地区の新設に伴う貨物再編の倉移費用が発生することや、業務革新に関するタブレット端末の一括購入に加え、業績連動賞与など一時的な費用の発生を見込んでおり、これらの要因により下期は減益を見込んでおります。
- ・次の11ページは、物流ネットワークの状況、特にTCについて改めて概要を記載していますので、後ほどご確認ください。

続きまして、12ページをご覧ください。「地域保管の状況」です。

- ・先ほどご説明しましたように、主要商材である畜肉の輸入貨物の荷動き鈍化により、庫腹に余裕が出てきており、庫腹逼迫時に実行が難しかった、再保管を含めた貨物の最適配置が実行できるチャンスと捉えております。次年度以降に向けては、貨物の最適配置とオペレーションの平準化を進めることで、収益性を向上させていきます。

次の13ページは、「海外と業務革新関連の状況」を載せていますので、後ほどご覧ください。

14ページは、「参考資料」になります。

- ・低温物流の国内は、物流ネットワークと地域保管の前期比較は移管の影響がございますので、保管部門とそれ以外に区分した比較表を掲載しております。こちらが実質的な前期比較になりますので、ご確認ください。

最後に、15ページ、「水産・畜産事業」です。

- ・まず水産事業です。上期は減収・減益となりましたが、寿司チェーンなど主力ユーザーの需要が回復基調にあることや、巣ごもり消費向けの商材が伸び、国内加工場の稼働が向上しています。加えてコスト抑制の効果も出ていることから、営業利益は前回見込から2億円上方修正しました。
- ・畜産事業については、巣ごもり需要拡大によりスーパーや量販店の精肉売り場向けの販売は引き続き堅調に推移し、加工処理を行うプロセスセンターの稼働も順調なことから、計画通り推移する見込です。

16ページ以降は、「参考資料」を掲載していますので、後ほどご確認ください。

以上で説明を終わります。