

# 2021年3月期 決算説明会資料

(2871)

## 株式会社ニチレイ

グループコミュニケーション部 I Rグループ

URL : <https://www.nichirei.co.jp/ir>

< 中期経営計画「WeWill 2021」の進捗 >		成長する市場への取組みを推進し顧客層を拡大	14
2021/3期実績	1	持続的な売上拡大に向けた成長投資を実施	15
現中計の主な施策と進捗（1）	2	米国ではさらなるシェア拡大、中国では商品開発機能を強化	16
現中計の主な施策と進捗（2）	3	< 低温物流事業 >	
< 今期の計画 >		多様な物流サービスの提供により継続的な増収・増益へ	17
2022/3期の施策（グループ全体）	4～5	【国内】既存事業の収益最大化と物流ソリューション機能を強化	18
2022/3期業績予想（グループ全体）	6	設備能力の増強や基盤強化への投資により安定成長を実現	19
2022/3期業績予想（セグメント別）	7	【海外】欧州では成長投資を継続し事業基盤の拡大を推進	20
2022/3期の施策（設備投資）	8	業務革新の取組み	21
2022/3期の施策（財務戦略）	9	< 水産・畜産事業 >	
< 加工食品事業 >		水産は安定利益を確保、畜産は拡販により増収・増益へ	22
マーケットの状況	10	< 参考資料 >	
新たなアプローチにより売上拡大を図り増収・増益へ	11	営業利益の増減要因(2 1/3 - 2 2/3)	23
売上成長に向けた施策の概要	12	営業外収支・特別損益の変動要因	24
新常態に対応した商品開発により需要の獲得・創出へ	13	各中計期間の業績の推移など	25～28

(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、金額単位表示未滿は四捨五入し、一部で端数調整のため切り上げ・切り捨てを行っている。
- 資料中にある「コロナ」とは、「新型コロナウイルス」のことをいう。

# 中期経営計画「WeWill 2021」の進捗

- コロナ影響により減収となったが、低温物流の伸長やコストマネジメントの徹底により、利益は計画を上回り着地

(単位：億円)	2021年3月期				
	実績	前年同期間比		前回見込比	
		増減	率	前回見込	増減
加工食品	2,255	-93	-4%	2,260	-5
水産	631	-27	-4%	600	31
畜産	841	-42	-5%	850	-9
低温物流	2,123	58	3%	2,120	3
不動産	46	-3	-6%	47	-1
その他	49	-8	-14%	50	-1
調整額	-218	-6	-	-212	-6
<b>売上高合計</b>	<b>5,728</b>	<b>-121</b>	<b>-2%</b>	<b>5,715</b>	<b>13</b>
加工食品	172	4	3%	168	4
水産	5	1	18%	5	0
畜産	13	4	43%	13	-0
低温物流	131	13	11%	129	2
不動産	20	0	2%	20	0
その他	-3	-0	-	-3	-0
調整額	-8	-3	-	-7	-1
<b>営業利益合計</b>	<b>329</b>	<b>19</b>	<b>6%</b>	<b>325</b>	<b>4</b>
<b>経常利益</b>	<b>335</b>	<b>18</b>	<b>6%</b>	<b>327</b>	<b>8</b>
<b>親会社株主に帰属する 当期純利益</b>	<b>212</b>	<b>16</b>	<b>8%</b>	<b>200</b>	<b>12</b>

## 【主なセグメント別の状況】

## 加工食品

業務用は厳しいが家庭用と海外は好調、コスト削減も寄与し増益

## 水産・畜産

外食向けの取扱いは減少したが内食向けの商材が伸び、営業利益は計画通り着地

## 低温物流

T C\*の伸長やコストマネジメントにより増収・増益

\*T C (Transfer Center)

：通過型物流センター

# 現中計の主な施策と進捗（1）

## （現中計の主な施策）

### 1. 経営基盤の強化や事業構造の変革による収益力の向上

- ・加工食品の継続成長や低温物流の安定拡大などにより、中計期間の年平均利益成長率は約6%を目標

### 2. 海外事業の規模拡大を加速

- ・北米事業の成長（加工食品）や欧州での事業基盤拡大（低温物流）

### 3. 持続的成長への資源配分を実施

- ・競争力強化に向け、国内・海外での成長投資と基盤強化への投資を実施

## （進捗・見込）

- ・激しい環境変化の中、主力の加工食品と低温物流は利益成長を継続
- ・新常態に対応し売上拡大を図り、持続的な成長につなげる
- ・水産・バイオサイエンスの収益改善が課題
  
- ・コロナ影響を受けるが米国・欧州の業績は堅調
- ・海外売上の拡大については計画未達になる見込
  
- ・生産能力の拡大や大型冷蔵倉庫への投資を実施
- ・環境変化への対応により内容を適宜見直す、3カ年合計では計画通りの設備投資を実施する見込

# 現中計の主な施策と進捗（2）

（現中計の主な施策）

（進捗・見込）

## 4. 中長期を見据えた取組みの強化

（新規事業開発・研究開発・業務革新）

- ・ 新たな成長ドライバーの創出や企業体質の強化に向けた取り組みを推進

## 5. 事業を通じた社会課題の解決により持続可能な社会の実現に貢献

- ・ 新たな顧客価値の創造や既存事業領域の強化により社会課題を解決

## 6. 資本効率の向上と株主還元 の充実

- ・ ROE10%以上の維持と配当基準の見直し

- ・ イノベーションマネジメントシステム（IMS）の構築や新規の事業開発に着手
- ・ 低温物流の業務革新は計画通り進捗、グループ全体でDXに注力し、業務効率化と高度化を推進
- ・ グループ重要事項（マテリアリティ）を特定、今期はグループ目標・KPIを定め、経営計画に組み込む
- ・ 社会的な要請の高まるESG課題への対応を一層強化
- ・ 配当基準を引き上げ安定配当を継続
- ・ ROEは計画期間で10%以上を維持する見通し

# 今期の計画

## （1）コロナによる環境変化へ対応し、売上拡大とコストマネジメントに注力

（項目）	（主な施策）
<b>新たなアプローチによる売上拡大</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 既存の主力商品・サービスの強化</li><li>・ 伸長する業態への取組みと新たなマーケットの開拓に注力</li></ul>
<b>コストマネジメントの徹底</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ITの活用による効率化や効果的な経費の使用</li><li>・ 成長の基盤となる研究開発や人財育成への投資を計画通り実施</li></ul>
<b>持続的成長に向けた設備投資の実施</b>	国内・海外における成長投資と基盤強化への投資を着実に実施



## （2）新規事業の創出・E S G対応の強化

（項目）	（主な施策）
新規事業の創出	個人の好みに合った献立提案システム「conomeal（このみる）*」や、健康やライフスタイルに合わせた新しい主食を提供する「ごはんのみらい*」の事業化
	I M S に基づいた、事業開発加速支援（アクセラレーションプログラム）を実施し、新規アイデアの事業化を推進
E S G 対応の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・気候変動への対応では、低炭素政策の実行や T C F D*提言に基づく対応を推進</li> <li>・環境や人権に配慮した「持続可能な食の調達」のさらなる取組みに注力</li> </ul>

\*conomeal（このみる）：食データ活用による個々の美味しさの見える化とリコメンデーションのシステム  
ウェブサイト <https://www.conomeal.jp/>

\*ごはんのみらい：おいしさの再現技術や栄養コントロール技術と高機能米を組み合わせた新しい主食

\*T C F D：気候関連財務情報開示タスクフォース（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）

## 2022/3期業績予想（グループ全体）

- 「WeWill 2021」の期間平均成長率は、営業利益は5.9%、EBITDAは6.8%の達成をめざす

(金額：億円)	WeWill 2021						
	2020/3期	2021/3期	2022/3期(E)	前期比	前期比増減率	中計比	期間平均成長率
売上高	5,849	5,728	6,000	272	4.8%	-570	1.1%
（海外売上高）	797	769	773	4	0.5%	-250	-0.8%
営業利益	310	329	350	21	6.2%	0	5.9%
営業利益率	5.3%	5.8%	5.8%	0.0%		0.5%	
経常利益	318	335	355	20	5.9%	3	5.9%
当期純利益	196	212	230	18	8.4%	10	4.9%
EBITDA	494	526	572	46	8.7%	-4	6.8%
（加工食品）	226	237	262	25	10.6%	-19	8.9%
（低温物流）	217	236	246	11	4.5%	20	5.4%
EBITDAマージン	8.4%	9.2%	9.5%	0.3%		0.8%	
ROE	10.9%	10.9%	10%以上				
EPS	147.16円	159.19円	172.59円	13.40円	8.4%		4.9%

\*EBITDAマージン：（営業利益＋減価償却費）／売上高

## ➤ 加工食品と低温物流がけん引し増収・増益で利益は中計目標達成へ

(単位：億円)	2022年3月期		
	見込	前年同期間比	
		増減	率
加工食品	2,400	145	6%
水産	600	-31	-5%
畜産	905	64	8%
低温物流	2,240	117	6%
不動産	47	1	1%
その他	56	7	14%
調整額	-248	-30	-
<b>売上高合計</b>	<b>6,000</b>	<b>272</b>	<b>5%</b>
加工食品	182	10	6%
水産	7	2	34%
畜産	16	3	23%
低温物流	135	4	3%
不動産	18	-2	-11%
その他	2	5	-
調整額	-10	-2	-
<b>営業利益合計</b>	<b>350</b>	<b>21</b>	<b>6%</b>
<b>経常利益</b>	<b>355</b>	<b>20</b>	<b>6%</b>
<b>親会社株主に帰属する 当期純利益</b>	<b>230</b>	<b>18</b>	<b>8%</b>

### 【セグメント別の見込】

#### 加工食品

- ・売上拡大によりコストアップを吸収し増収・増益を図る

#### 水産・畜産

- ・水産は安定利益を確保、畜産は内食需要の取り込みにより増収・増益をめざす

#### 低温物流

- ・国内・海外での売上拡大や業務改善により増収・増益へ

#### 不動産

- ・賃貸用オフィスビルの修繕を計画通り進め一時的に減益となる見込

#### その他（バイオサイエンス）

- ・迅速診断薬や米国事業の改善により黒字化をめざす

#### 調整額

- ・研究開発や新規事業、DX関連の費用を計画的に支出

為替レート	2022年3月期	2021年3月期
	見込	実績
米ドル/円	106.00	106.83
ユーロ/円	125.00	121.82
バーツ/円	3.40	3.42

※ コロナは、下期以降回復に向かうことを前提として計画を策定しております。

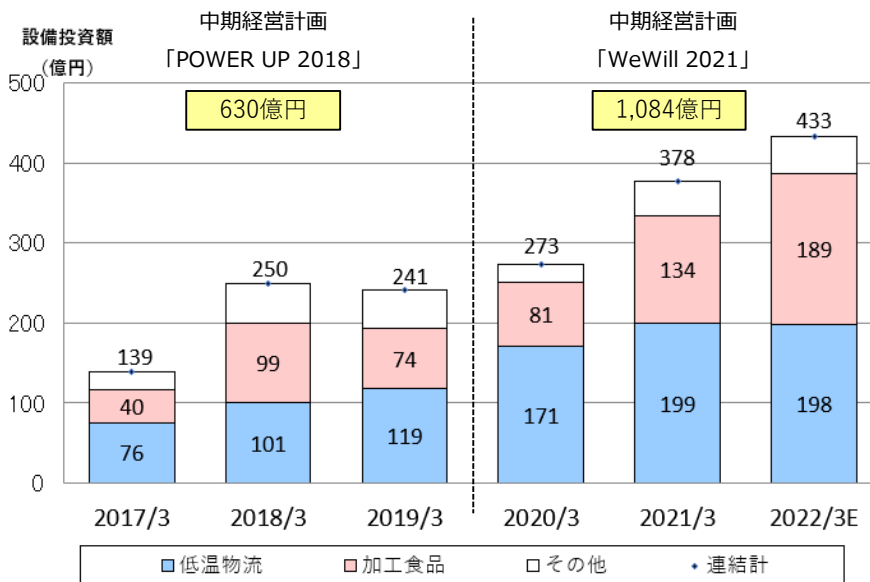
## 2022/3期の施策（設備投資）

- 新常態に合わせた成長投資や基盤投資を計画的に実施し、持続的なグループ成長力の向上へ

【設備投資等の内容】

今期見込	主な投資内容
加工食品 189億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新機軸商品の生産設備の新設</li> <li>・チキン加工品などの生産ライン増強</li> <li>・環境対応・老朽化設備更新</li> </ul>
低温物流 198億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・欧州地域での冷蔵倉庫の増設</li> <li>・基盤強化への投資</li> </ul>
グループ合計433億円	

【設備投資等の推移】



【設備投資の区分別の割合】

区分	20/3	21/3	22/3E	3か年累計
成長投資	45%	47%	37%	43%
基盤強化	21%	10%	29%	20%
維持保全・その他	34%	43%	34%	37%

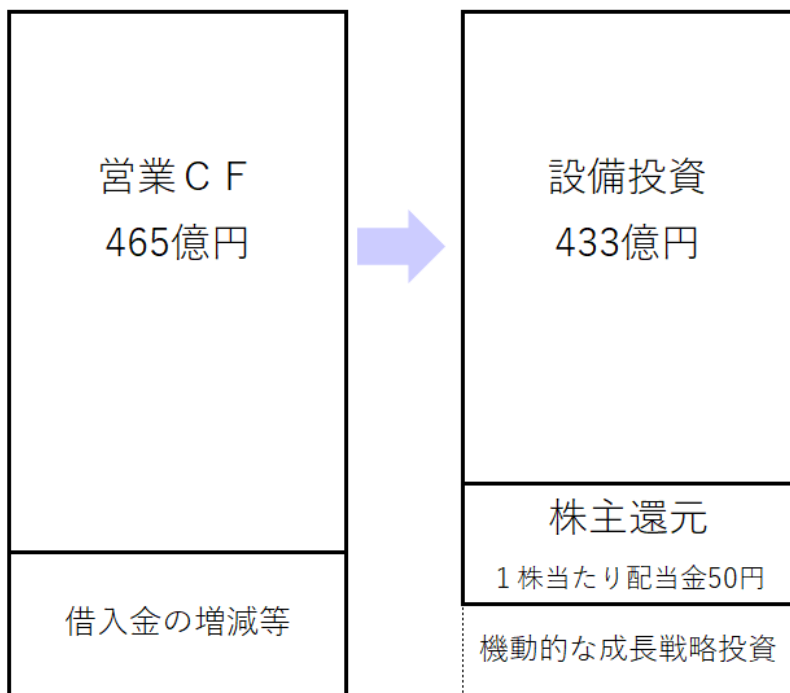
【設備投資の国内・海外別の割合】

	20/3	21/3	22/3E	3か年累計
国内	88%	82%	74%	80%
海外	12%	18%	26%	20%

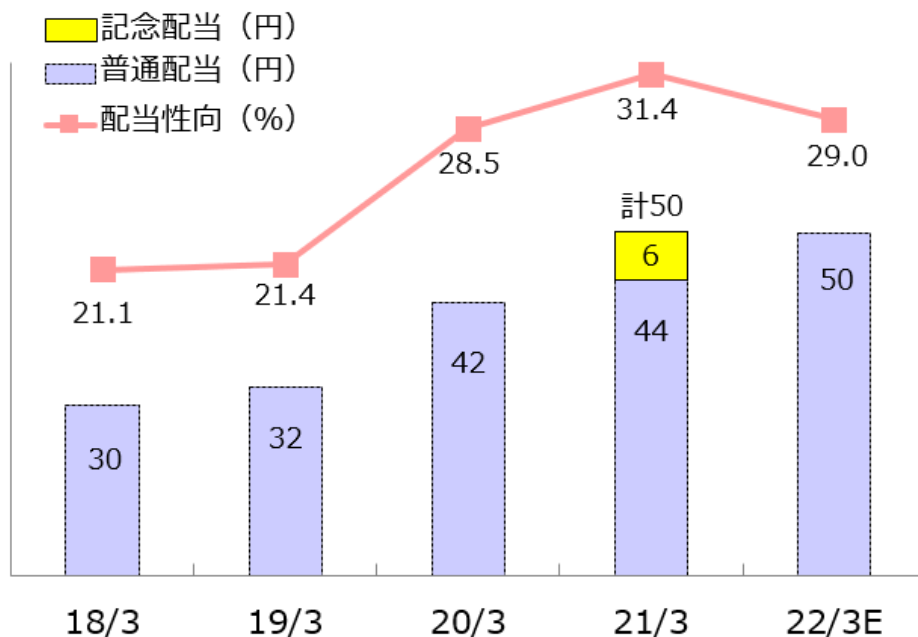
# 2022/3期の施策（財務戦略）

- (1) 持続的成長に向けた設備投資を主力事業中心に配分
- (2) 配当金は前期の記念配当がなくなるが、普通配当を6円増配し  
年間で50円を維持、配当性向は29%の見込

【営業キャッシュ・フローの配分（見込）】



【1株当たり配当金の推移】



# 加工食品事業



# マーケットの状況

- 新常態で自宅での喫食機会が日常化するなか、冷凍食品の価値が再評価され、調理場は「手作り」から「冷凍利用」にシフトする傾向に

## □ 家庭用向け市場

- ✓ 2020年度のマーケットは大きく伸長し、市場規模は過去最高を更新

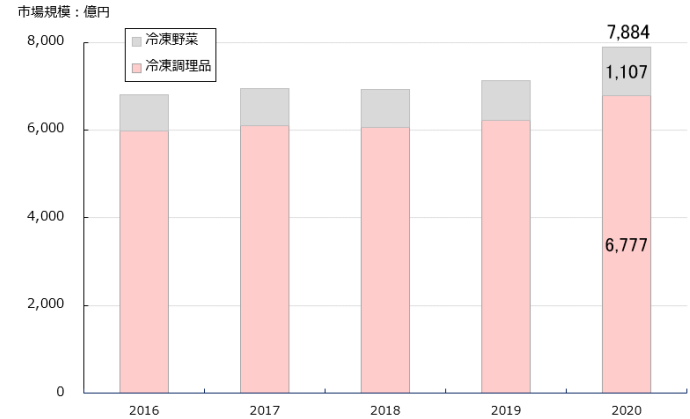
▶ 前年比:調理品+9% 冷凍野菜+23%

- ✓ 生活者の二極化した需要が顕在

- ▶ ストック需要と即食ニーズ
- ▶ 大容量化と小ポーション化
- ▶ 日常食化と高品質化

新規ユーザーが流入

【家庭用冷凍食品 市場規模の推移】

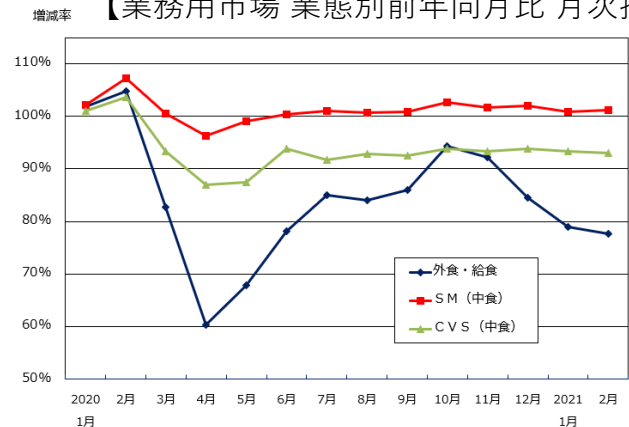


出典：インターエスシー（100人当たり購入金額（60代まで）/全業態）より市場規模を計算

## □ 業務用向け市場

- ✓ 在宅時間の長期化から、中食や持ち帰り惣菜は回復基調。調理場では慢性的な人手不足が続く
- ✓ 外食は依然厳しい状況が継続。新たな提供手段を模索し、テイクアウトや宅配ニーズを開拓
- ✓ 病院や高齢者福祉施設向けの給食は堅調に推移

【業務用市場 業態別前年同月比 月次推移】



出典：日本フードサービス協会、全国スーパーマーケット協会、日本フランチャイズチェーン協会のデータを当社で加工

# 新たなアプローチにより売上拡大を図り増収・増益へ

(単位：億円)		2021年3月期			2022年3月期		
		実績	前年同期間比		見込	前年同期間比	
			増減	率		増減	率
加工食品	売上高 計	<b>2,255</b>	-93	-4%	<b>2,400</b>	145	6%
	家庭用調理品	<b>703</b>	55	8%	<b>750</b>	47	7%
	業務用調理品	<b>868</b>	-127	-13%	<b>950</b>	82	9%
	農産加工品	<b>200</b>	2	1%	<b>205</b>	5	3%
	海外	<b>348</b>	0	0%	<b>355</b>	7	2%
	その他	<b>135</b>	-23	-15%	<b>140</b>	5	4%
	営業利益	<b>172</b>	4	3%	<b>182</b>	10	6%

【2021年3月期実績】	【2022年3月期見込】
<p>1. 家庭用調理品は、「本格炒め炒飯」や「特から」などの主力商品が好調に推移、「極上ヒレかつ」などの新商品も寄与し増収</p> <p>2. 営業利益は、家庭用の伸長による国内自社生産品の構成比向上やコストコントロール効果、海外関係会社の業績向上などにより増益</p>	<p>1. 既存品の強化に加え、新常態に対応した商品開発を進めるなど、新たなアプローチによる売上拡大を図る</p> <p>2. 営業利益は、減価償却費や広告費の増加を増収効果などで吸収し増益を見込む</p>



# 売上成長に向けた施策の概要

市場動向 と 需要変化	家庭内での喫食頻度が増加 ⇒ 冷凍食品の提供価値が拡大		
	調理感・簡便性	本格的な美味しさ	調理の代行機能

(施策)	家庭用	業務用	増収見込額 (国内のみ)
<b>既存事業領域の 拡大</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「戦略カテゴリー」の更なる成長（米飯・チキン・食肉加工・春巻・冷凍野菜）</li> <li>スナック系商品の拡充 在宅時の軽食需要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>惣菜 有名店監修メニューや健康コンセプト商品の拡充</li> <li>CVS 「美味しさ」と「できたて感」を両立した商品開発</li> </ul>	+85億円
<b>新たな事業機会の 創出</b>	調理負担を軽減する商品の展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>キット系商品（野菜+肉・魚類+ソース等）の提案</li> <li>その他、簡便即食メニューの充実など</li> </ul>		+20億円
	ECビジネスの積極拡大	福祉給食向け商材の拡販	
<b>回帰する需要の 取り込み</b>	コロナ収束後の反動消費の取り込み (主に業務用ルートでの需要喚起など)		+33億円

# 新常態に対応した商品開発により需要の獲得・創出へ

## 家庭用

### 利用シーンの広がりに合わせて商品展開によりシェアを拡大

- ・ 発売20周年を迎える本格炒め炒飯などの主力商品や、春の新商品の拡販に注力
- ・ キット商品やトップシール商品など新領域の商品を拡充

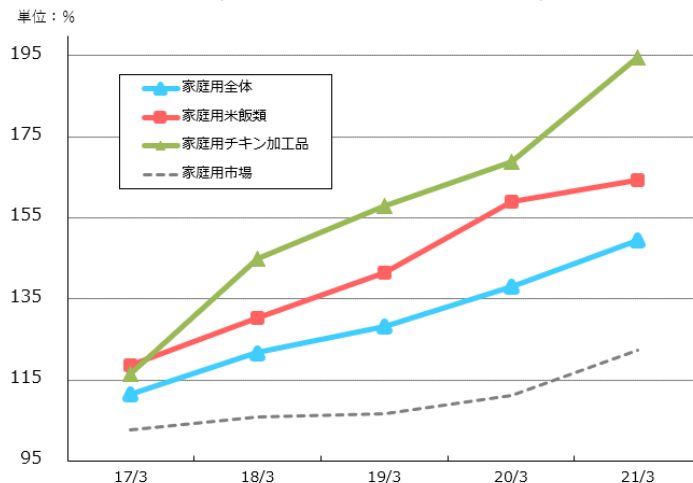
<発売20周年「本格炒め炒飯」>



<キット商品（1月発売）>



【当社家庭用売上高伸び率  
(16/3を100とした場合)】



<惣菜向けキット商品：Vegedelica®>



<（唐揚げ専門店）鶏笑監修チキン南蛮タルタルソース>



## 業務用

### 惣菜向けの取組みを強化するとともに、需要回帰する外食消費を取り込む

- ・ 主力品に加え専門店監修品など付加価値の高い商品を拡販
- ・ 人手不足や廃棄ロス为解决のため、キット品や加工度に幅を持たせた商品を展開

# 成長する市場への取組みを推進し顧客層を拡大

## ECビジネスの拡大

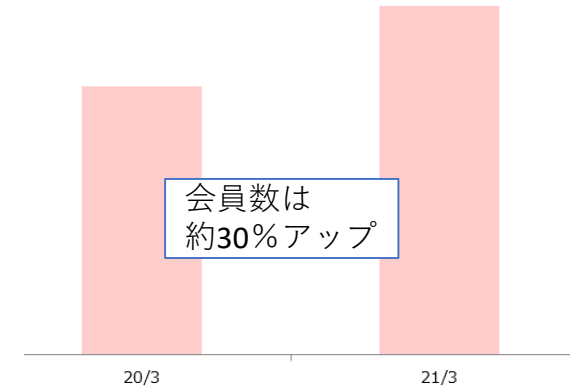
- ・会員数が増加する自社直販サイト（ニチレイフーズダイレクト）においては、従来の健康価値に加え外食品質の商品開発により顧客層を広げる
- ・ECモールへの出店など販売チャネルを拡大

<ニチレイフーズダイレクト「家シェフNew」シリーズ（御茶ノ水小川軒監修）>



カロリーコントロール 塩分コントロール 手軽にCooking

【ニチレイフーズダイレクト会員数動向】

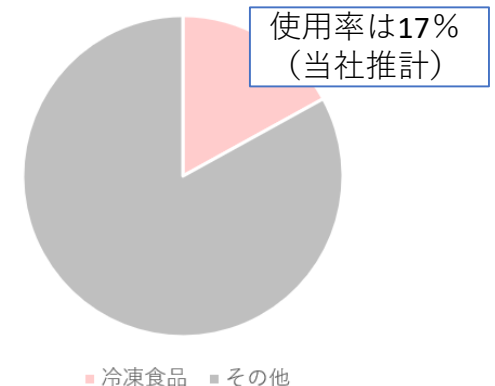


ニチレイフーズダイレクト ウェブサイト  
<https://wellness.nichirei.co.jp/shop/default.aspx>

## 病院・福祉施設向け商品の拡販

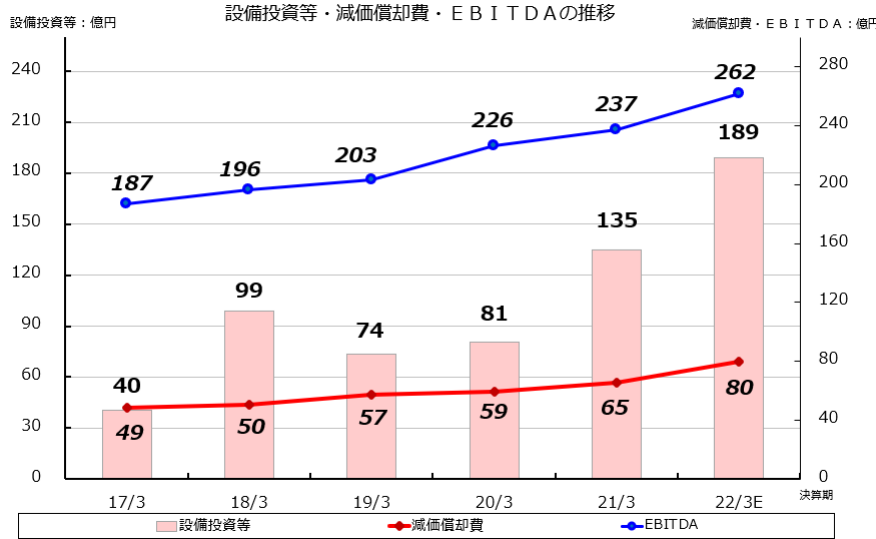
- ・病院や高齢者福祉施設向け給食の大手ユーザーと連携し、開発営業を推進
- ・簡便なオペレーションで、機能性とおいしさを両立（減塩・食べやすさ・高品質）した商品を提供

【シニアマーケットにおける冷凍食品使用率】



# 持続的な売上拡大に向けた成長投資を実施

## ➤ 需要拡大に対応し、生産能力の増強に向けた成長投資を継続



- EBITDAの3年平均成長率は9%を見込む
- 成長投資に加え、生産性向上に向けた省人化や環境投資などを推進
- 生産能力は、17/3～21/3の期間、国内で1割以上、海外で4割以上増強

### 【主な成長投資の推移】

	POWER UP 2018			WeWill 2021			
	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期 (E)	
国内	—	炒飯ライン増設	春巻ライン増設	チキン加工品 ライン増設	米飯ライン増設	新機軸商品 対応ライン新設	
		チキン加工品 ライン増設	ハンバーグライン 増設				スナック類 能力増強
		焼おにぎり ライン増設					環境対応 老朽化設備更新
海外	—	GFPTニチレイ/ 第5加工ライン増設	SUNIF/チキン加工 品ライン増設	—	GFPTニチレイ/ 第2工場増設	—	

## 北米事業

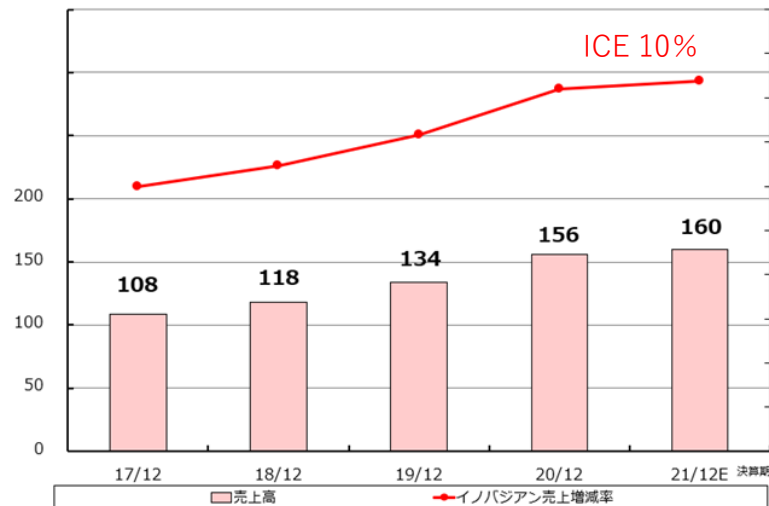
- ・イノバジアン・クイジーン社では、家庭用新商品の投入や販促費の効果的な使用により、主力商品の店頭回転アップとシェア拡大をめざす
- ・業務用は大手量販店のデリカテッセン売場を中心に販売回復に注力
- ・新たに生産機能を保有し、差別化商品の開発・生産を推進

## 中国事業

- ・中国事業では、内販の成長戦略の一環として商品開発機能を強化
- ・業態別顧客との共同開発により商品の設計段階から差別化を図る

【イノバジアン・クイジーン社の売上高推移と年平均成長率】

売上高：百万ドル



※増減率は17/12を100とした場合の伸び率

【中国（上海）の商品開発センター】



# 低温物流事業

幅広いサービスで、様々なシーンに最適な解決策を。





# 多様な物流サービスの提供により継続的な増収・増益へ

(単位：億円)		2021年3月期			2022年3月期		
		実績	前年同期間比		見込	前年同期間比	
			増減	率		増減	率
低温物流	売上高計	2,123	58	3%	2,240	117	6%
	国内小計	1,722	68	4%	1,800	78	4%
	物流ネットワーク	1,028	19	2%	1,040	12	1%
	地域保管	694	49	8%	760	66	10%
	海外	365	-10	-3%	395	30	8%
	その他・共通	36	0	1%	45	9	25%
	営業利益計	131	13	11%	135	4	3%
	国内小計	121	12	11%	124	3	11%
	物流ネットワーク	51	10	23%	51	0	0%
	地域保管	70	2	3%	73	3	5%
海外	14	2	14%	15	1	5%	
その他・共通	-4	-1	-	-4	0	-	

注：物流ネットワークの一部の拠点を地域保管へ移管  
移管による影響額（売上高：億円）

	21/3
物流ネットワーク	-60
地域保管	+60

## 【2021年3月期実績】

1. 国内
  - ① T C の取扱い拡大などにより増収
  - ② 増収効果や業務効率化に加え、コストコントロールの徹底が寄与し増益
2. 海外
 

欧州では荷動き鈍化などにより減収となったが、量販店向け物量増加や輸配送コストの抑制などにより増益

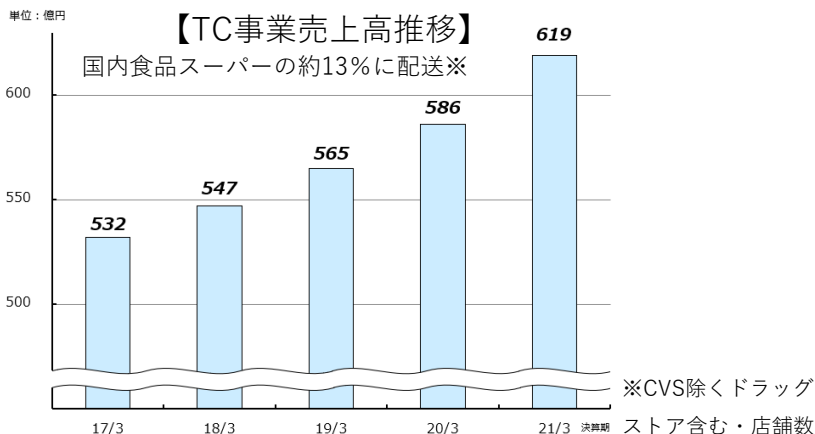
## 【2022年3月期見込】

1. 国内
  - ① 荷動きの回復に伴い地域保管の在庫水準が改善し増収を見込む
  - ② 売上拡大や前期に新設したセンターの損益改善などにより増益を確保
2. 海外
 

欧州では新增設拠点の稼働に伴う集荷拡大などにより増収・増益を見込む

## ➤ 前期に新設した拠点を中心に大都市圏での集荷拡大を進め増収へ

	主な施策	増収見込額
物流ネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前期に大幅伸長したTC事業は、新たな拠点を稼働し好調を継続</li> <li>・3PLでは、冷凍食品メーカーの物流課題解決へのニーズを取り込み、関西エリアにおける冷食物流プラットフォームの拡大に注力</li> </ul>	+12億円
地域保管	<ul style="list-style-type: none"> <li>・下期にかけて業務用商材の荷動きは回復傾向が見込まれる中、保管・運送一体運営のさらなる高度化により需要を取り込む</li> <li>・貨物の最適配置により効率的な拠点運営を実現</li> <li>・コスト上昇やサービス内容に応じた適正料金收受の取組みを継続</li> </ul>	+66億円

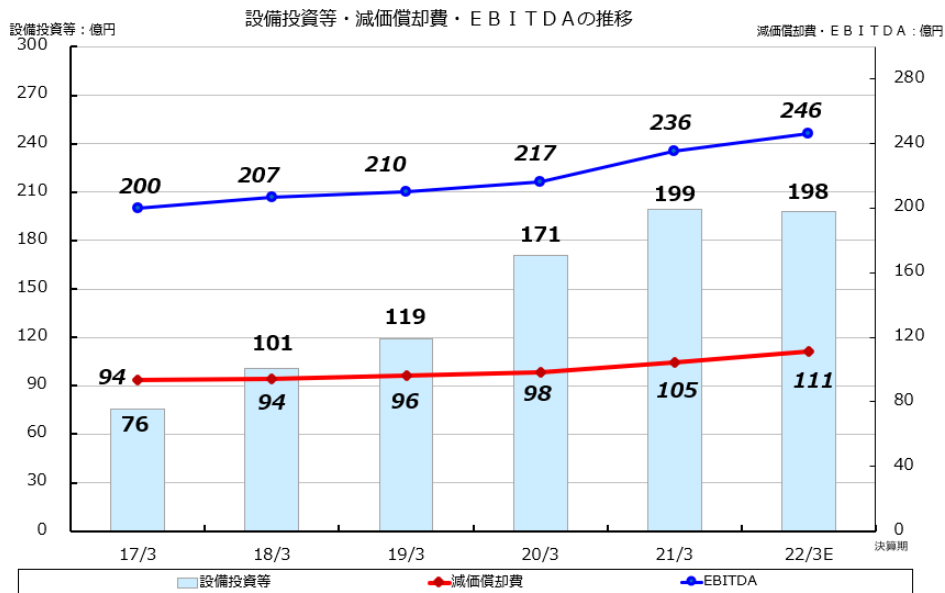


【地域保管 増収の内訳】

内容	増収見込額
関東・関西地区の物量回復	+27億円
名古屋地区庫腹増強と貨物再編効果	+10億円
その他地域会社の物量回復等	+29億円



# 設備能力の増強や基盤強化への投資により安定成長を実現



■ EBITDAの3年平均成長率は5%を見込む

■ 成長投資のほか、設備の長期利用や環境対応など基盤強化の投資を推進

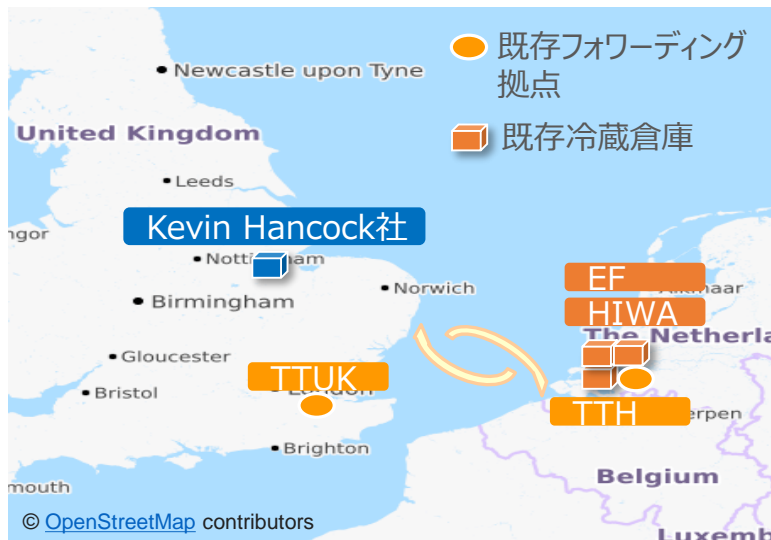
■ 設備能力は、17/3～21/3の期間、国内で約1割、海外で約2割増強

## 【主な成長投資の推移】

	POWER UP 2018			WeWill 2021		
	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期 (E)
(大都市圏)	—	平和島DC (賃借)	—	—	名古屋みなとDC 本牧DC (建替)	—
(地方エリア)	—	鹿児島曾於DC (増設) 仙台DC (増設)	那覇新港DC 十勝DC (増設)	—	—	—
(海外)	—	—	—	—	イギリス物流会社 (買収)	オランダ (増設) フランス (増設)

# 【海外】 欧州では成長投資を継続し事業基盤の拡大を推進

欧州地域	施策	投資計画
オランダ	増設する拠点を活用し、ロッテルダム港湾地区の通関・保管・運送のワンストップサービスをさらに推進	ロッテルダム増設（2021年7月稼働予定）
ドイツ	クロスボーダー物流や量販店向け運送の拡大に注力	港湾機能の強化に向けた投資を検討
イギリス	Brexitを機に高まる低温物流需要へ対応、ロッテルダム港湾との相互連携により港湾ビジネスを拡大	
フランス	旺盛な保管需要の獲得に向け、新たに保管拠点を増設し、運送事業と合わせて事業基盤を強化	リヨン増設（2021年10月予定）、ルアーブル増設（2021年12月予定）



【ロッテルダム港湾地区に冷蔵倉庫を増設】



総投資額：1,700万ユーロ  
 稼働時期：2021年7月（予定）  
 冷蔵能力：14,000パレット

# 業務革新の取組み

- 倉庫内作業のデジタル化などにより業務の効率化・最適化を推進
- 引き続き業革を推進するとともに、蓄積したデジタルデータの活用に向けた取組みへ

## 【主な内容】

	進捗	今期の施策
事務作業	RPA化18万時間達成 ※年間換算	RPA化27万時間目標
庫内作業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ タブレット端末の導入 50拠点導入済 現場作業時間の削減 検品業務30%減 事務作業50%減（主要拠点での試算）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新機能の導入と展開 (AIによる賞味期限管理の本格運用、二次元コード読取りによる貨物配置)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 庫内ラックの設置</li> <li>・ 無人フォークリフトの実用化</li> <li>・ 無人搬送機(AGV)をT Cの5拠点で実用化（チルド帯）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 導入範囲の拡大</li> <li>・ 冷凍帯でのAGV実証実験開始</li> </ul>
車両管理	トラック予約機能30拠点導入済	トラック予約/AI自動配車システムの連携強化

# 水産・畜産事業

# 水産は安定利益を確保、畜産は拡販により増収・増益へ

(単位：億円)		2021年3月期			2022年3月期		
		実績	前年同期間比		見込	前年同期間比	
			増減	率		増減	率
水産	売上高	631	-27	-4%	600	-31	-5%
	営業利益	5	1	18%	7	2	34%
畜産	売上高	841	-42	-5%	905	64	8%
	営業利益	13	4	43%	16	3	23%

1. 水産は、採算性を重視した取扱いに注力するとともに、寿司をはじめとした外食向けや内食向け加工品の拡販、自社加工拠点の稼働率向上により収益の改善を図る
2. 畜産は、中食・外食向けの販売回復に努めるとともに、調達コストに対応した販売や持続可能性に配慮した鶏肉「純和鶏\*」などこだわり素材の販売に注力し、増収・増益をめざす

\*純和鶏：日本国内で育種改良された「純国産鶏種」と呼ばれる肉用鶏で希少性の高い鶏肉。  
地域農畜産循環型モデルとして取り組んでおり、農水省より持続可能性に配慮した鶏肉の特色JASとして認証（2020年10月）。

【自社水産加工拠点 Trans Pacific Seafood社（ベトナム）】



【純和鶏を使用した商品】



一般社団法人日本唐揚協会主催「第12回からあげグランプリ®」  
スーパー総菜部門（東日本） 最高金賞受賞「純和赤鶏むね塩唐揚げ」

# 参考資料

---

# 営業利益の増減要因 (21/3 - 22/3)

## <加工食品事業>

単位：億円

<b>20/3期 営業利益</b>	<b>167</b>
<b>増益要因</b>	<b>1</b>
減収の影響	-17
原材料・仕入コストの増減 (為替影響含む)	0
生産性改善	0
関係会社の業績影響額	14
その他	4
<b>減益要因</b>	<b>4</b>
減価償却費増	-6
広告宣伝費の増減	10
<b>21/3期 営業利益</b>	<b>172</b>
<b>増益要因</b>	<b>37</b>
増収効果	37
生産性改善	4
関係会社の業績影響額	-4
<b>減益要因</b>	<b>-27</b>
原材料・仕入コストの増減 (為替影響含む)	-4
減価償却費増	-15
広告宣伝費の増減	-6
その他	-2
<b>22/3期 営業利益見込</b>	<b>182</b>

## <低温物流事業>

単位：億円

<b>20/3期 営業利益</b>	<b>118</b>
<b>増益要因</b>	<b>24</b>
集荷増による業績影響額 (TC含む)	14
業務改善効果	4
運送効率化	1
その他	5
<b>減益要因</b>	<b>-11</b>
輸配送コスト増(純額)	0
作業委託コスト増(純額)	0
電力コスト増(純額)	2
新設拠点稼働の費用等	-11
その他	-2
<b>21/3期 営業利益</b>	<b>131</b>
<b>増益要因</b>	<b>18</b>
集荷増による業績影響額 (TC含む)	16
業務改善効果	1
運送効率化	1
その他	0
<b>減益要因</b>	<b>-14</b>
輸配送コスト増(純額)	0
作業委託コスト増(純額)	-1
電力コスト増(純額)	-2
新設拠点稼働の費用等	-3
その他	-8
<b>22/3期 営業利益見込</b>	<b>135</b>

# 営業外収支・特別損益の変動要因

単位：億円（未満切り捨て）

プラス表示は利益を示す	2021年3月期		2022年3月期	
	実績	前期比	見込	前期比
【営業外収支】 （主要項目）	5	△ 1	5	△ 0
金融収支	1	0	△ 0	△ 2
持分法による投資損益	3	△ 0	2	△ 1
【特別損益】 （主要項目）	△ 19	0	△ 11	8
固定資産売却益	0	△ 0	－	△ 0
投資有価証券売却益	1	△ 2	－	△ 1
固定資産売却損・除却損	△ 13	2	△ 11	1
減損損失	△ 12	△ 7	△ 0	11



# 各中計期間の業績の推移

単位：億円

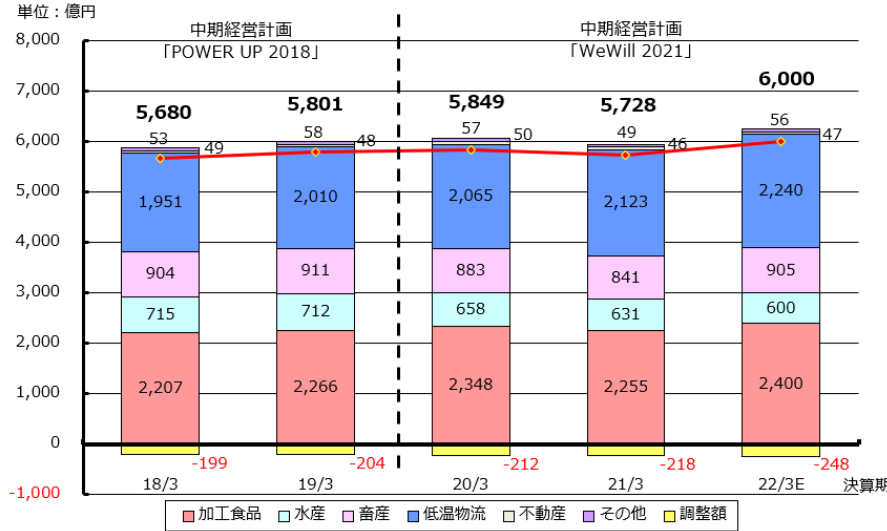
	energy 2012 (10-12年度)			RISING 2015 (13-15年度)			POWER UP 2018 (16-18年度)			WeWill 2021 (19-21年度)		
	11/3	12/3	13/3	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3E
加工食品事業	1,619	1,742	1,616	1,807	1,939	1,992	2,050	2,207	2,266	2,348	2,255	2,400
水産事業	668	657	637	686	687	688	694	715	712	658	631	600
畜産事業	783	756	755	801	895	920	881	904	911	883	841	905
低温物流事業	1,394	1,495	1,564	1,684	1,783	1,849	1,869	1,951	2,010	2,065	2,123	2,240
不動産事業	66	49	47	50	47	46	46	49	48	50	46	47
その他の事業	62	60	58	37	44	52	45	53	58	57	49	56
調整額	△ 215	△ 210	△ 200	△ 191	△ 196	△ 194	△ 189	△ 199	△ 204	△ 212	△ 218	△ 248
<b>売上高合計</b>	<b>4,378</b>	<b>4,549</b>	<b>4,477</b>	<b>4,874</b>	<b>5,200</b>	<b>5,354</b>	<b>5,397</b>	<b>5,680</b>	<b>5,801</b>	<b>5,849</b>	<b>5,728</b>	<b>6,000</b>
加工食品事業	46	52	60	34	54	80	139	146	146	167	172	182
水産事業	6	2	1	4	2	7	8	3	2	4	5	7
畜産事業	4	5	5	1	4	4	16	13	15	9	13	16
低温物流事業	73	74	86	89	87	100	106	113	114	118	131	135
不動産事業	36	24	23	24	21	22	21	22	21	20	20	18
その他の事業	4	5	4	4	6	9	6	8	3	△ 3	△ 3	2
調整額	△ 2	0	0	1	0	△ 5	△ 3	△ 5	△ 6	△ 6	△ 8	△ 10
<b>営業利益合計</b>	<b>167</b>	<b>162</b>	<b>179</b>	<b>158</b>	<b>174</b>	<b>216</b>	<b>293</b>	<b>299</b>	<b>295</b>	<b>310</b>	<b>329</b>	<b>350</b>
<b>経常利益</b>	<b>161</b>	<b>153</b>	<b>172</b>	<b>144</b>	<b>169</b>	<b>214</b>	<b>291</b>	<b>307</b>	<b>299</b>	<b>318</b>	<b>335</b>	<b>355</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>40</b>	<b>79</b>	<b>98</b>	<b>89</b>	<b>95</b>	<b>135</b>	<b>188</b>	<b>191</b>	<b>199</b>	<b>196</b>	<b>212</b>	<b>230</b>
<b>総資産</b>	<b>2,846</b>	<b>2,905</b>	<b>2,979</b>	<b>3,185</b>	<b>3,420</b>	<b>3,385</b>	<b>3,462</b>	<b>3,673</b>	<b>3,773</b>	<b>3,900</b>	<b>4,057</b>	
<b>設備投資等（リース資産を含む）</b>	<b>221</b>	<b>122</b>	<b>132</b>	<b>240</b>	<b>242</b>	<b>162</b>	<b>139</b>	<b>250</b>	<b>241</b>	<b>273</b>	<b>378</b>	<b>433</b>
<b>有利子負債（リース債務を含む）</b>	<b>970</b>	<b>978</b>	<b>969</b>	<b>1,061</b>	<b>1,077</b>	<b>947</b>	<b>898</b>	<b>977</b>	<b>960</b>	<b>964</b>	<b>964</b>	
<b>自己資本比率（％）</b>	<b>40.4</b>	<b>40.2</b>	<b>41.3</b>	<b>41.9</b>	<b>43.0</b>	<b>44.4</b>	<b>46.0</b>	<b>44.3</b>	<b>46.9</b>	<b>47.3</b>	<b>50.1</b>	
<b>営業利益率（％）</b>	<b>3.8</b>	<b>3.6</b>	<b>3.8</b>	<b>3.1</b>	<b>3.3</b>	<b>4.0</b>	<b>5.4</b>	<b>5.3</b>	<b>5.1</b>	<b>5.3</b>	<b>5.8</b>	<b>5.8</b>
<b>ROE（自己資本利益率）（％）</b>	<b>3.4</b>	<b>6.8</b>	<b>8.2</b>	<b>6.9</b>	<b>6.8</b>	<b>9.1</b>	<b>12.1</b>	<b>11.9</b>	<b>11.7</b>	<b>10.9</b>	<b>10.9</b>	<b>10%以上</b>
<b>1株当たり純利益（EPS）</b>	<b>13.08</b>	<b>26.35</b>	<b>33.40</b>	<b>31.12</b>	<b>33.29</b>	<b>94.30</b>	<b>135.11</b>	<b>142.23</b>	<b>149.65</b>	<b>147.16</b>	<b>159.19</b>	<b>172.59</b>
<b>1株当たり配当金（DPS）</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>32</b>	<b>42</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>期末日現在株価（円）</b>	<b>355</b>	<b>388</b>	<b>561</b>	<b>436</b>	<b>674</b>	<b>916</b>	<b>2,754</b>	<b>2,940</b>	<b>2,728</b>	<b>3,055</b>	<b>2,849</b>	

注：①設備投資等には無形固定資産を含む

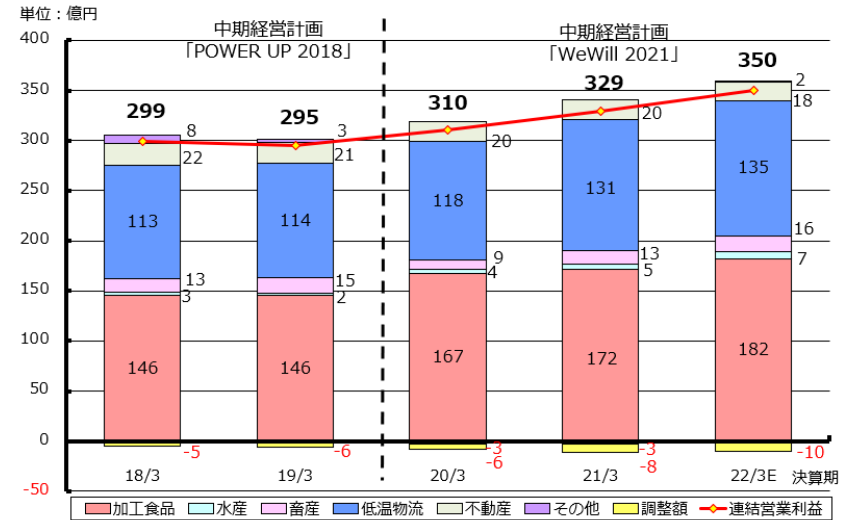
②13/3より、加工食品の売上高は、売上計上基準の変更（従来、販売費で計上していたものの一部を売上高から控除）による影響を反映

③16/3以前は、株式併合前の数値

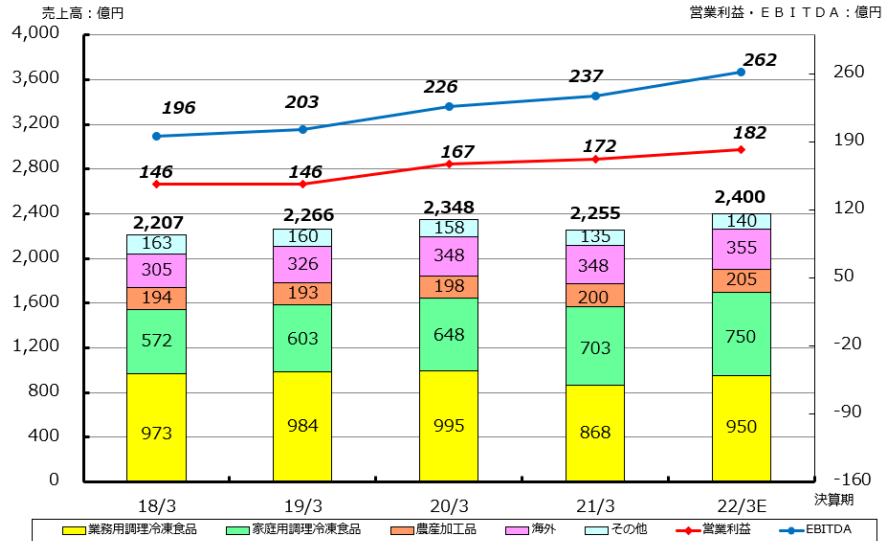
### セグメント別売上高の推移



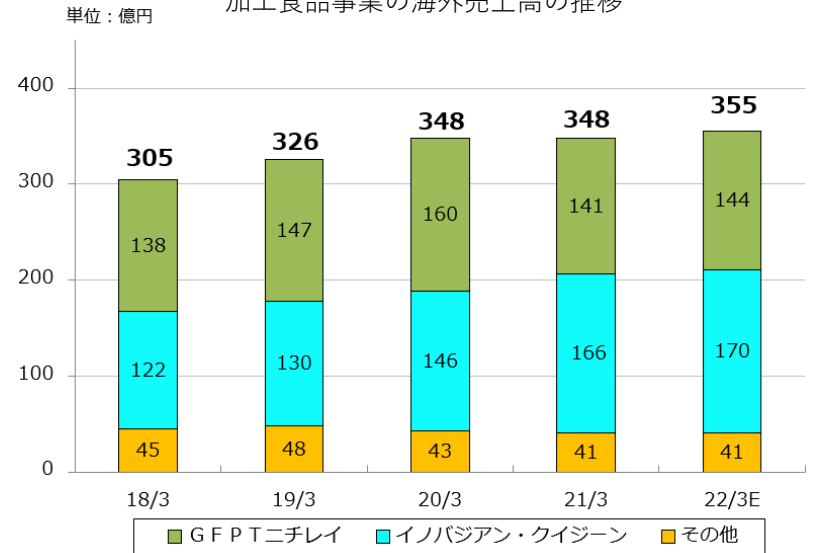
### セグメント別営業利益の推移



### 加工食品事業の売上高・営業利益・EBITDA 推移

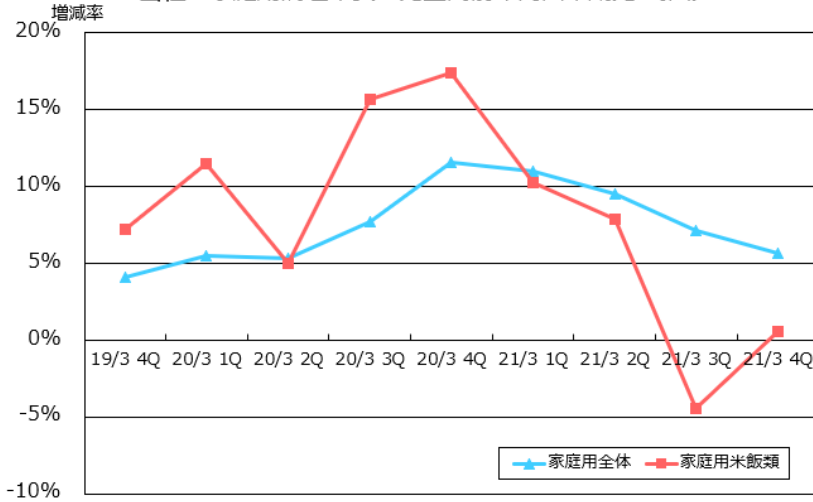


### 加工食品事業の海外売上高の推移

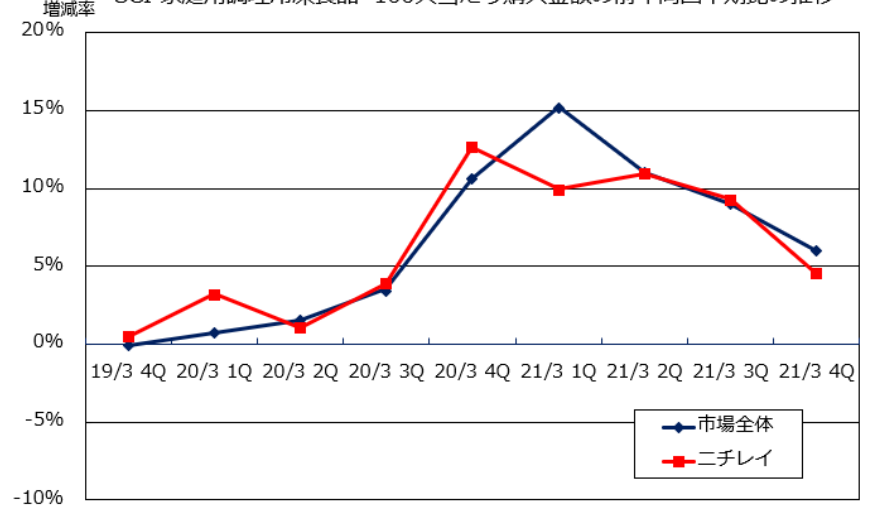


注：GFPTニチレイの売上高は欧州向けとタイ国内・アジア向けの合計

当社の家庭用調理冷蔵の売上高前年同四半期比の推移

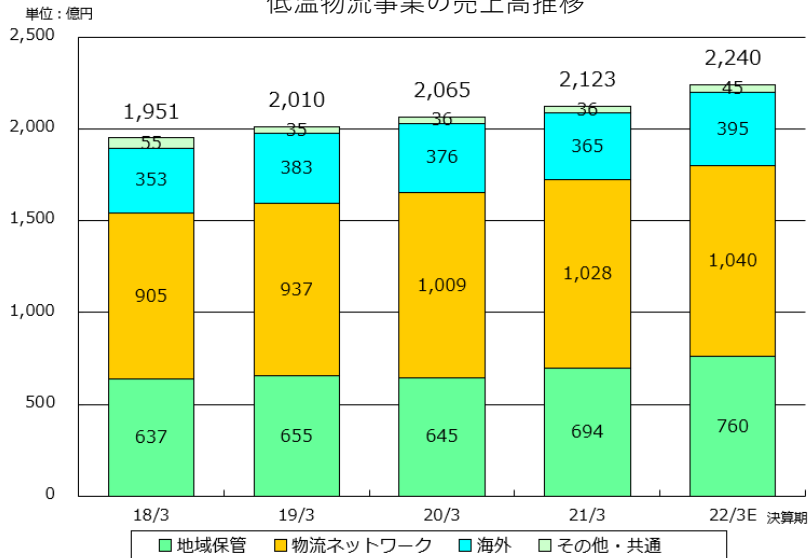


SCI 家庭用調理冷凍食品 100人当たり購入金額の前年同四半期比の推移

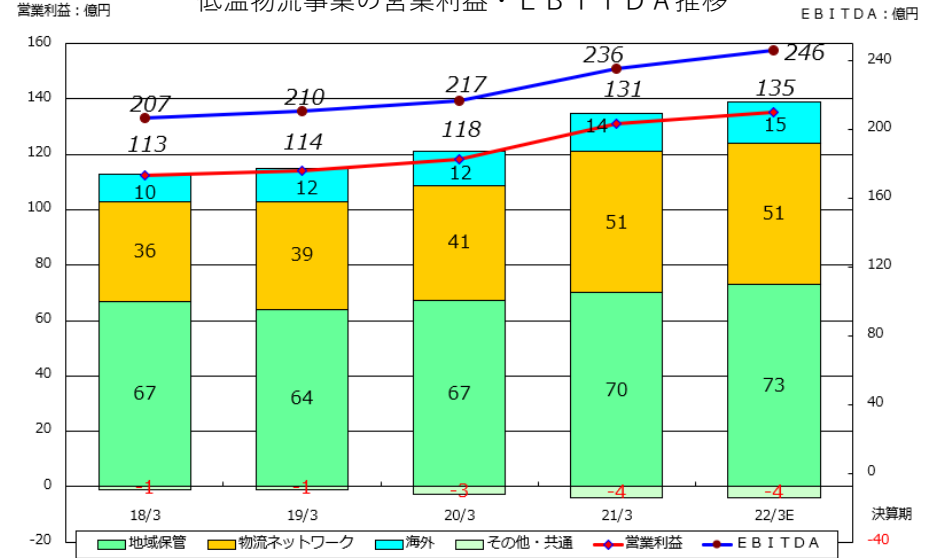


出典：インテージSCI (冷凍調理 100人当たり購入金額の前年同四半期比。購入ルート=生協店舗を含む)

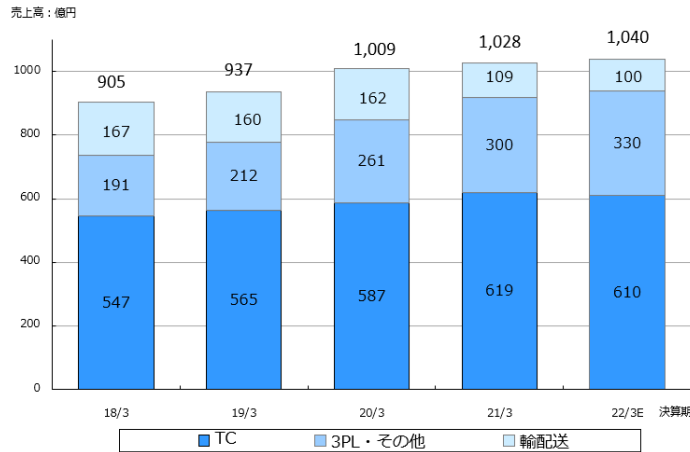
低温物流事業の売上高推移



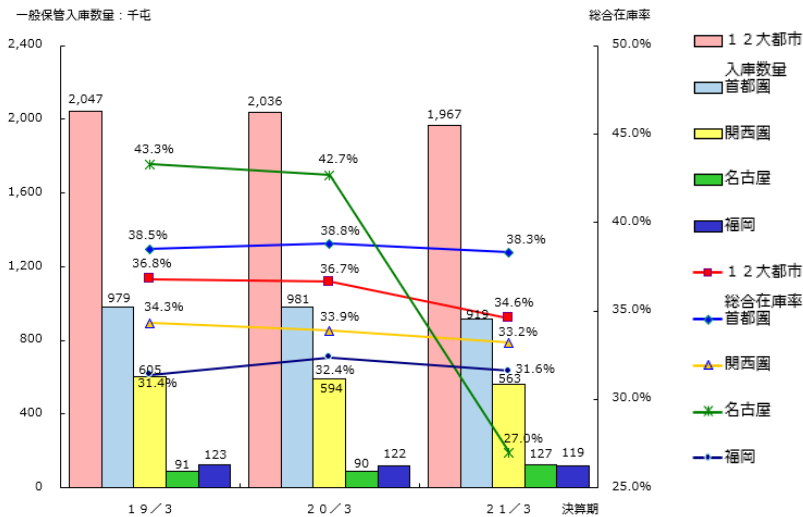
低温物流事業の営業利益・EBITDA推移



### 物流ネットワークの売上高内訳



### ニチレイグループの冷蔵倉庫稼働状況



注1：在庫率は冷蔵庫内の全スペースにおいて貨物が占める割合を指す。  
 スペースには通路や作業空間などの荷物が置けない空間が通常半分程度含まれる

注2：名古屋地区は、新設センターでの自動倉庫の導入や老朽化倉庫の廃止に伴う貨物の移設などにより稼働率が低下。今後は30%前後で推移する見通し。

### 【国内】

#### 冷蔵倉庫業界収容容積国内シェア上位5社

(日本冷蔵倉庫協会資料を当社で加工)

(2020年4月現在)

順位	社名・グループ名	能力 万ト	19/4比 能力増減	能力 シェア	主たる営業地域
1	ニチレイグループ	149	0	9%	全国
2	横浜冷凍(株)	88	0	5%	全国
3	(株)マルハニチロ物流	63	-3	4%	全国
4	東洋水産(株)	57	3	4%	全国
5	(株)C & F ロジホールディングス	50	1	3%	全国

注：日本冷蔵倉庫協会に加盟していない非会員のデータも含めて作成

### 【海外】

#### 冷蔵倉庫業界設備能力世界シェア上位10社

(世界冷蔵倉庫協会資料を当社で加工)

(2020年5月現在)

順位	社名・グループ名	能力 万ト	主たる事業展開国
1	Lineage Logistics	2,026	米国など
2	Americold Logistics	1,257	米国など
3	United States Cold Storage	424	米国
4	AGRO Merchants Group, LLC	275	米国など
5	NewCold Advanced Cold Logistics	220	米国など
6	Nichirei Logistics Group, Inc.	207	日本など
7	Kloosterboer	194	オランダなど
8	VersaCold Logistics Services	139	カナダ
9	Interstate Warehousing, Inc.	131	米国
10	Frialsa Frigorificos	116	メキシコ

出典：I A R W (世界冷蔵倉庫協会) “Global Top 25 List”

## 当資料取扱い上のご注意

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：

- ①ニチレイグループの事業活動を取り巻く経済情勢および業界環境
- ②米ドル・ユーロを中心とした為替レートの変動
- ③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
- ④新商品・新サービス開発の実現性
- ⑤成長戦略とローコスト構造の実現性
- ⑥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
- ⑦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。