

2021年3月期 期末決算説明会における質疑応答の概要

日時：2021年5月12日（水）15時～16時

電話会議及びWeb形式併用

当社登壇者：代表取締役社長 大櫛 顕也

取締役執行役員 田口 巧

Q. 家庭用調理品売上高の見通しについて、昨年につき大きく伸びる想定としているが要因を教えてください。

A. 伸びているのは主力の米飯類やチキン加工品である。このカテゴリは自社生産機能を保有していることで品質向上の継続が可能となり、顧客のニーズに応えられる体制となっている。今期もこの2つのカテゴリが数字を牽引していくと見込んでいる。

Q. 業務用調理品について、コロナ禍での御社にとってのチャンスをどう捉えているのか。また、2020年3月期の売上レベルに戻る時間軸を教えてください。

A. 業務用で当社が一番強みとしているのは惣菜であるが、前期は大きくは伸びなかった。有名店の監修品や健康コンセプトの商品提供、あるいは調理負荷の軽減など商品形態を変えた提案を行い数字を戻していく。コンビニエンスストア向けでは、日常食としての利用や目的買いをして頂くための様々な試みを昨年から続けている。時間軸については、下期から数字が顕在化してくると思うが、通期では2020年3月期の95%程度まで戻していきたいと考えている。

Q. イノバジアン・クイジーン社（米国）の売上高見通しについて、3%増収は弱い印象だが要因は何か。

A. 米国はこの先も一定の数量を見込んでいるが、前期は家庭用の特需効果はかなり大きかった。業務用市場の戻りは日本よりも早いと思うが、堅く3%の増収で計画している。

Q. 低温物流事業について、コロナ拡大により需要構造が大きく変わり、ビジネスチャンスが広がってきているように感じるがどうか。3PL事業についても、物流効率やESGの絡みなどで需要が高まっているのか。

A. 低温物流のビジネスチャンスは大きく広がったと見ている。前期に名古屋の物流センターを新設した。今後のドライバーの労働規制等を考えると、首都圏や名古屋、関西の一番重要な幹線を押さえて基盤を作ることができ、低温物流の成長機会を獲得していく道筋が出来つつあると考えている。また、3PL事業は2桁くらいの伸びを続けていきたい。

労働力や保管拠点・車両の不足といった課題を含め物流効率化ニーズが高まっており、当社が窓口となって最適な物流機能をコーディネートすることで貢献できると思う。

Q. 次期中計はどのようなことをポイントに、どういったイメージを持たれていくのか、可能な限り定量的にコメント頂きたい。

A. 次期中計は策定を始めているところだが、今回のコロナにより当初考えていた主力事業の成長機会は相当早まったと考えており、その分、競争も激しくなると見ている。加工食品と低温物流の主力事業が、成長機会を競合より先に獲得して、競争優位性を確保していくということが、次期中計の大きなストーリーになるかと思う。そのため、投資のペースも当初想定より早まるかもしれない。金額等についてはこれから詳細を検討していくことになるが、現中計と同じくらい、もしくはそれを上回るくらいの投資が必要になるかと考えている。数字はこれから詰めていくが、利益成長については少なくとも現中計の増益幅は確保し、EBITDAも現中計並みに成長していきたいと思っている。ROEは10%以上をしっかりと保っていきたい。

Q. 営業利益率について、2030年の長期目標は8%という設定になっている。まだ5%後半の状況だが、ジャンプアップは次期中計ではまだ難しいのか。それとも付加価値化の取り組みが進む中で、6~7%のイメージを持てるようになっていくのか。

A. 詳細はこれからになるが、次の中計では投資もそれなりに必要なため、大きなジャンプアップは難しいかもしれないが、利益率は上げていきたい。

Q. 収益性が低い事業の見直しについて、その進捗状況を伺いたい。

A. 水産事業は今後成長機会のあるところに資源配分をしていきたいと考えている。次期中計で詳細を含めて公表したい。

Q. 次期中計に向けて資本コストを意識した経営をされるのかという点で、投資の収益性が低いところより自社株買いを含めた株主還元に戻す方が効率的という考え方もあると思うがどのようにお考えか。

A. 以前より、社内では事業別に資本コストを設定した経営管理を行っているが、対外的にもグループとして開示ができるようにして、事業ポートフォリオ管理を行っていく。また、投資の進捗状況にもよるが、自社株買いについては、実施する基準を明確にして皆様に見える形にしていきたいと考えている。

以上

※当文書は当日の質疑応答内容をすべて記録したものではなく、株式会社ニチレイが編集を加えております。