

2022年3月期第1四半期決算説明会(電話会議) 質疑応答の概要

日時：2021年8月3日(火) 16:00~17:00

Q.加工食品の営業利益の増減要因を確認したい。

A.プラス要因として増収効果4億円、マイナス要因として、タイの稼働低下による業績影響とこれに関連する一時的な経費の増加*などを合わせて▲5億円、原材料・仕入コスト上昇の影響▲4億円、広告費の増加▲5億円、減価償却費の増加▲2億円、その他▲3億円、である。

*「一時的な経費の増加」は2億円程度で第1四半期のみ発生。

Q.タイの状況をもう少し詳しく教えてほしい。

A.タイの合弁会社GFPTニチレイでは、新型コロナの感染拡大による入国制限で、外国人ワーカーが不足している。期初時点の予想ではそこまで長引かないだろうという見方をしていたが、4月~6月にかけて制限がさらに厳しくなり、生産が計画に届かない状況となった。今後は現在のワーカーで対応することに加え、自動化設備の導入などを行い、現状より生産量を落とさずに生産できる見込である。

Q.原材料価格上昇の内容は何か。期初見込との差異は？

A.期初時点では前期比▲4億円で、鶏肉を中心にコストアップを見込んでいたが、鳥インフルエンザ等の影響もあり鶏肉や卵が想定以上に値上がりしている。それと、食用油価格の上昇の影響が大きい。4月頃から上昇して6月以降急騰しており、期初時点の見込から大幅にコストアップとなる。合計で通期では▲10億円以上に膨らんでしまう見込であり、生産性改善や諸経費等のコスト低減で吸収したいと考えているが非常に厳しい。

Q.家庭用は非常に強い伸びを示しており、市場を上回っているようだが、ここまで伸びた背景を伺いたい。2Q以降もこの伸びを期待して良いのか。

A.主力商品の浸透や、4、5月でのプロモーション強化が奏功した。牽引したのは米飯類とチキン加工品だが、お弁当向け商品も回復しており、家庭用商品は全般的に好調。発売20周年の「本格炒め炒飯」、「五目炒飯」、「特から」が好調を持続し、「極上ヒレかつ」も定着した。新商品の「てり焼きチキンステーキ」なども順調で、この秋も先行して「にんにく炒飯」を発売している。2Q以降も家庭用は順調にいくと見込んでいる。

Q.業務用が1%しか伸びていない理由について補足をいただきたい。

A. 外食・給食向けは二桁以上の回復、惣菜向けは堅調に推移したが、大手ユーザー向けが前期比マイナスとなったため、全体でプラス1%と伸び悩んだ。新商品の導入などにより下期を中心に拡販を見込んでいる。

Q. 米国の冷凍食品の状況について教えてほしい。

A. 期初時点では、コロナの状況が改善され家庭用の伸びが落ちてくると見込んでいたが、進捗をみてそれほど落ちないということが見えてきた。業務用も入り始めており、売上のベースは上がっていく見通しとなり上方修正した。営業利益も前期比でマイナスを見込んでいたが、ほぼ前年並みで着地できる見通しとなり、期初想定から2～3億円プラスになる見込み。

Q. 低温物流の上方修正の要因は何か。

A. 期初時点では、T C事業が昨年の反動減を見込んでいたが想定を上回っていること、運送や冷蔵倉庫における業務改善が計画以上に進んでいること、海外が順調に進捗していることなどを踏まえ、上方修正した。

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。