

2022年3月期 第2四半期決算説明会

2021年11月4日

株式会社ニチレイ

皆さま、こんにちは。社長の大櫛でございます。

本日は、当社2022年3月期 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。今回もウェブ会議と電話会議を併用して行いますので、ご不便をおかけすると思いますが、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。

1ページをご覧ください。まずグループ全体の上期の状況です。

売上高は2,946億円で、前期比プラス128億円、5%の増収となりました。

家庭用が伸長した加工食品や、低温物流が国内外で堅調に推移したことなどにより増収となりました。

営業利益は160億円で、前期比マイナス7億円、4%の減益となりました。

低温物流は引き続き好調に推移しましたが、加工食品がタイにおける生産量低下やコスト増加が響き減益となりました。

一方、特別利益に投資有価証券売却益を13億円計上したことなどにより、当期純利益は111億円で、前期比プラス2億円、2%の増益となりました。

次に2ページから3ページは、今期に顕在化した課題を含め、現中計「WeWill 2021」の主な経営施策の進捗についてです。

まず2ページですが、「経営基盤の強化」については、低温物流は施策を着実に実施し、継続成長を実現することができました。

「新たなアプローチによる売上拡大」については、今期はグループ全体で増収に回復する見込みですが、ニューノーマル下での需要をさらに取り込むため、商品開発を強化し、下期は伸長していますパーソナルユース需要向けに、約40億円かけて生産設備の投資を行います。

「持続的成長への設備投資」については、先の案件含め、国内・海外での成長投資を計画通り実施しています。また、アメリカの生産会社への出資や、イギリスの冷蔵倉庫会社の買収を行いましたので、今後はこれらを軌道に乗せていきます。

また、「新規事業の創出」については、献立支援サービスを手掛けていた「このみるきっちゃん」を、献立自動生成アプリで先行するスタートアップ企業「ミーニュー社」を買収し、彼らのアプリと統合しさらなる事業機会を増やしました。

今後はミーニューのアプリを継続して、食の好み分析に基づくデータサービス事業を推進していきます。

次に3ページです。

上期の業績でお伝えしたように、新たな課題として、加工食品の収益回復が喫緊の経営課題となっております。対応については後ほどセグメント別の状況でご説明します。

4ページは、今期の計画です。

グループ全体の業績見込です。売上高は、セグメントごとの修正は行いますが、グループ全体では6,000億円と、前回見込を据え置きます。

営業利益は、低温物流が引き続き順調に推移する見込みですが、加工食品が厳しい状況で進捗していることなどから、20億円下方修正の330億円といたしました。

グループ全体で下期は増益転換し、通期で前期を上回る利益の確保に努めてまいります。

当期純利益は、営業利益を踏まえ前回から5億円下方修正し、225億円、前期比ではプラス13億円、6%の増益を見込みます。

次に5ページは、設備投資計画と財務戦略です。

今期の設備投資見込は、維持・保全への投資が一部次年度にずれ込むことから、73億円減額しました。

設備投資の進捗や、D/E比率などの財務状況を勘案し、株主還元の一層の充実と資本効率向上のため、今回、自己株式の取得を決定しました。取得株数は400万株、金額は100億円を上限として、市場買い付けの方法により実施します。

また、金庫株として保有していた約603万株についても、消却することにしております。

続きまして、セグメント別の状況に入ります。

まず6ページ、加工食品事業です。

上期の売上高は、家庭用や海外の販売が好調に推移し、前期比プラス81億円、7%の増収となりました。

営業利益は68億円で、前期比マイナス18億円、21%の減益となりました。

下期については、家庭用の好調継続や業務用の拡販などにより増収を見込み、加えて価格改定やコストコントロールの徹底などを実施していきます。それらにより、前期並みに近い利益の確保に努めますが、上期の計画遅れは取り戻せず、売上高を20億円、営業利益を24億円それぞれ下方修正しております。

なお、営業利益の増減要因につきましては16ページに添付していますので、後ほどご確認いただければと思います。

次に7ページをご覧ください。

収益回復の最優先課題である「チキン加工品の供給不足への対応」と「原材料上昇への対応」

の2点についてご説明します。

まず、「チキン加工品の供給不足」への対応です。

タイの生産工場の状況ですが、タイ国内では、コロナ感染が地方へも拡大し、国境封鎖は継続され、外国からの労働者が入国できない状況が今も続いています。このため、当社の2つの大きな工場において労働者不足が生じております。

GFPT ニチレイでは、特に8月、9月の稼働が大きく低下しました。スラポンニチレイにおいても、9月に入り感染者拡大により稼働が低下し、いずれも現状の稼働率が60%程度と、第1四半期時点の想定より厳しい状況となっています。

感染収束時期や国境封鎖の解除が見通しづらい状況ではございますが、早期の正常化とそのカバーに向けた施策を迅速にうってまいります。

対応施策は、生産・調達面では、「生産量の回復への取り組み」と「代替生産先の確保」、の2点、販売面では、タイチキン以外の商品による販売強化施策です。

1つ目、自社工場の「生産量回復の取り組み」です。

GFPT ニチレイでは、タイ国内での従業員確保に努める一方で、機械化による省人化を進め生産効率を高めていきます。これにより、22年1月から3月、現地の第1四半期中にはコロナ前である2020年の8割の水準に、下期にはコロナ前の水準に回復する見込です。また、次期中計期間には、昨年に増設投資しました第2工場を含めフル稼働をさせ、コロナ前の1.5倍の水準まで生産量を増やしていきます。

スラポンニチレイでは、鶏肉原料の調達先の拡大や、自動カット機の導入による原料処理の内製化を進め、GFPT ニチレイ同様、22年1月から3月、現地の第1四半期中には通常の8割の水準に、下期には通常稼働に回復する見込です。

2つ目は、足元の供給不足や、今後同様の事象が発生した場合のリスク対応として、「代替生産拠点の活用と整備」を行ってまいります。

タイや中国でのOEMによる調達を進めるとともに、今後はフレキシブルに生産拠点の移行が可能となるよう、予め対象商品の選定と商品設計の見直しにも取り組んでまいります。タイ自社生産のチキン加工品は、米飯に並ぶ当社の収益ドライバーの大きな柱です。

今までは近隣諸国から人を集めていましたが、将来的にはこれらの労働者不足や、人件費の上昇が課題となってきます。今回顕在化した「一時的な労働者不足」に対して、機械化を急ピッチで進めることで、生産体制の早期正常化と安定的な稼働体制を構築し、拡大する日本のチキンマーケット向けに付加価値商品の供給を行うことで、収益回復につなげていきます。

次に8ページです。

供給不足の販売面でのカバー施策として、日本国内工場の稼働余力を最大限活用し、代替商品の供給増加を行うことに加え、個食向けやスナック類などのパーソナルユース向けの生産ラインを新設し、早期の立ち上げにより販売拡大を図ってまいります。

収益回復の課題2点目、原材料価格上昇への対応です。

世界的なコロナ回復から経済正常化の動きなどにより、期初想定以上に原材料価格が上昇し、収益性を低下させました。

下期以降は、生産性改善による原価低減施策の継続や、販管費の使用抑制を行うとともに、一部商品の価格改定を行い、コストアップの吸収に努めていきます。

今後も、原材料をはじめコスト上昇傾向は続くと思込まれる中、今期はコストアップが先行しますが、来期は、これらの施策効果などにより影響を最小限にとどめるよう進めていきます。

次に、9ページは、今後の利益成長に向けた取り組みです。

今期は、事業環境悪化への対応が遅れ、一時的に収益性を落としましたが、販売面は好調が続いています。

中長期的に冷凍食品への需要拡大は継続すると見込んでおり、こうした中で、既存主力品の拡販余地はまだありますので、収益構造の修復を図りつつ、引き続き戦略カテゴリへの資源配分を行って成長させていきます。

また、新常态の下で伸長しています「パーソナルユース需要」向けの商品開発を強化します。この第4四半期には、山形工場に約40億円投じて生産ラインを新設し、新たな付加価値商品を提供します。

10ページは、海外です。

米国のイノバジアン・クイジーン社は、旺盛な需要に向け商品の調達体制を強化したことで、家庭用を中心に販売が拡大しています。引き続き主力商品の拡販や新商品の投入を進め、シェア拡大を図っていきます。

以上、加工食品は、タイでのコロナ拡大や原材料高騰の影響を受け、先に述べました施策をうちますが、下期では上期の遅れを全て取り戻せない状況にあると思込んでいます。

下期以降、次期中計の経営計画では、戦略カテゴリでありますチキンや米飯類の生産基盤、収益基盤をさらに強化するとともに、新たな収益ドライバーの確立に向けた資源配分を検討していきます。「選択と集中」をさらに進化させ、事業環境の悪化にも大きく影響を受けない収益体質とし、再び成長路線にのせていきたいと考えております。

続きまして、11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1,096億円、前期比プラス49億円、5%の増収となりました。

国内においては、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堅調に推移しました。地域保管では輸入貨物の搬入量や業務用貨物の物量が未だ低いままでは

ありますが、家庭用貨物の取扱いが拡大し、売上高は1%の増収となりました。海外では、欧州において、コロナからの回復による取扱い物量の増加や、Brexitに伴い高まる保管需要を着実に取り込み、20%の増収となりました。営業利益は78億円で、前期比プラス9億円、14%の増益となりました。TCが堅調に推移したことや、冷凍食品の物量増加による増収効果に加え、業務効率化やコスト抑制も進み、増益となりました。

次に、通期の見込です。

売上高は、国内と海外の内訳を変更しておりますが、合計は変更なく2,240億円で、前期比プラス117億円、6%の増収の見込です。

営業利益は、前回見込より5億円上方修正し148億円で、前期比プラス17億円、13%の増益の見込です。

国内では、輸入貨物の回復は想定よりも遅れますが、回復基調にある業務用貨物の集荷拡大を進めるほか、引き続き家庭用冷食やTCは堅調に推移する見込です。また、業務改善や運送効率化を進め、大幅な上昇が見込まれる電力料金や輸配送コストの増加を吸収し、増収・増益を見込んでおります。

海外では、欧州における港湾地区での取扱い拡大などにより、通期で増収・増益となる見込です。

営業利益の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。

続きまして、12ページをご覧ください。下期の「国内の主な施策の進捗と見通し」です。物流ネットワークでは、TC事業の取扱いは高水準を維持しており、下期も中食・内食向けの物量を取り込むとともに、10月より稼働したTCの新設拠点を活用し、さらなるサービス拡大に取り組みます。3PLでは、前期より開始した冷食物流プラットフォームの拡大に注力していきます。

地域保管においては、家庭用貨物が物量・回転ともに順調に推移しておりますが、輸入貨物の減少は昨年同期からの状況が継続しています。コロナ収束に伴う入庫・在庫水準の回復を見込み、関東・関西の大都市圏や、昨年庫腹を増強した名古屋地区を中心に集荷拡大に努めてまいります。

次の13ページは、中計3カ年で取り組んできた進捗です。

事業環境の変化に対応した経営施策を実施し、収益体質を強化してきました。

多様なサービスによる継続的な売上げの拡大や、保管・運送の業務改善をはじめとした業務革新の取り組み、コストマネジメントの徹底を行い、成長率・利益率ともに計画を上回る見込みです。

また、事業基盤強化に向け、冷蔵倉庫の新設などの成長投資も計画的に進めています。今後も様々なコストアップが想定されますが、引き続き売上げ拡大や業務改善などの施策を着実に実施し、収益体質を強化していきます。

続きまして14ページをご覧ください。

海外では、欧州地域における需要回復の取り込みと、英国事業の拡大に注力します。

オランダでは、ロッテルダム港湾地区に増設する倉庫が、12月に稼働する予定です。

今回の増設では、庫腹増強による集荷拡大に加え、解凍やリパックといった付加価値サービスの提供により新規顧客の獲得を図ります。さらに、グループ会社との連携をより一層強化することで、港湾ワンストップサービスのさらなる拡大をめざします。

このほか、フランス2拠点で増設を行い、業容拡大を図っていきます。

また、欧州全体で車両調達コストは上昇傾向にあります。オランダやドイツ、ポーランドを中心に、クロスボーダー物流や量販店向け運送の拡大に注力します。

英国事業の拡大については、10月に冷蔵倉庫会社を買収しました。買収したノリッシュ社は、約10万トンの保管能力があり、英国で保管機能を強化することで、既存の通関・解凍機能との連携によるワンストップサービスを提供し、顧客層の拡大につなげてまいります。

最後に、15ページ、「水産・畜産事業」です。

まず水産事業です。上期は寿司ルート向けに、自社工場で加工した魚卵類の販売が伸びたことや、タコの販売単価が上昇したことなどにより、増収・増益となりました。

下期は調達コストの上昇を見込んでおりますが、販売状況に応じた適切な調達や採算性重視の販売を徹底し、通期で増益を確保する見込です。

畜産事業については、上期は前期の内食需要の増加が一巡し、国産の鶏肉や豚肉の取扱いは減少しましたが、輸入冷凍品の収益改善や、物流費・諸経費などのコスト低減を進め、前期並みの利益を確保しました。

下期も引き続き内食・中食向け加工品の販売に注力するとともに、差別化商品の取り扱い拡大を図り、通期で増益を見込んでおります。

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。