

2023年3月期 期末決算説明会 質疑応答

日時 : 2023年5月10日(水) 15時00分~16時20分

形態 : 電話会議・Teams 併用開催

当社登壇者: 代表取締役社長 大櫛 顕也

取締役上席執行役員 鈴木 健二

広報IR部長 宮腰 保志

【全体】

(株主還元)

Q. 連結自己資本配当率(以下、DOE)を3.0%から4.0%に引き上げた背景を教えてください。

A. 株主還元については前中計から継続的に議論をしておりました。当期純利益や自己資本の水準を踏まえ、株主還元を充実させ資本効率を高めたいという結論に至った結果です。株主還元策の中では「配当が第一」と考えていますので、配当を手厚くすることに決めました。これまでDOE3.0%を目安に安定的な増配を継続しておりましたが、当社の個人株主の状況や株価推移、また他社の還元状況などを鑑みて総合的に判断し、4.0%に引き上げました。

(事業ポートフォリオの課題)

Q. 御社の目標である全社ROIC7%>WACC4%に対して、スプレッド拡大のための課題をご教示ください。

A. グループ全体ではWACCを4%としていますが、事業別のWACCも設定しており、例えばバイオサイエンス事業は高めに設定するなど事業別に若干上下させています。スプレッド上の課題となっているのはバイオサイエンス事業と水産事業で、バイオサイエンス事業は前期業績が好調だったものの過去数年は利益率が低く、一部の在庫が積み上がっていたことが課題です。一方、水産事業は、現在は収益率が低く在庫が多いことが課題になっています。両事業共に、利益率と資本回転率の両面に課題があると考えています。

それ以外の事業は、スプレッド面では上回っていますが、数字を超えているから良いわけではなく、それぞれで2025年3月期の目標の達成を目指します。

(設備投資)

Q. 過去から多額の設備投資を行っていますが、設備投資を行うことで競争優位性を確立

することができたのでしょうか。また投資の回収期はいつ来るのでしょうか。

A. 今期は 470 億円という過去最高額を見込みますが、今中計で大型投資は一巡し、次期中計にその効果が出てくると見えています。

例えば加工食品事業では、GFPT ニチレイ社第二工場（タイ）、山形工場（国内）、キューレイ（国内）、ニチレイサクラメントフーズ社（北米）といったように収益の源泉となる自営の生産工場を新設してきました。稼働率の向上・安定化により、投資効果を刈り取れるようになるのは今期の終わり頃から来期になる予定です。

低温物流事業では、国内の 2024 年問題に対応するために、拠点や機能の整備を進めています。特に、物量が一番多い関東と関西、そしてそれらをつなぐ幹線機能を強化するためコストが膨らむ計画ですが、2024 年問題を機会として、新規顧客を獲得して利益の創出を図ります。

上記のような施策を通じて、利益率が改善されると思っています。収益ドライバーである加工食品事業の営業利益率については、この数年、コロナ禍の中でのコスト上昇に対して価格改定を行うことで 5%台を維持してきましたが、中計最終年度の営業利益 184 億円を達成すれば 6%近くになると考えています。一方、低温物流事業は 6%台で営業利益率が推移していますが、投資が一巡すれば利益率が上がると見込んでいます。

(海外利益)

Q. 海外について、現状の売上でどれ位の利益を稼ぎ、将来どれ位の利益水準を目指しているのか、現状の考え方を教えてください。

A. 将来的に、海外の営業利益率は 5%を下限に、二桁に近い利益率で事業を展開していきたいと考えています。現状は国内事業と比較しても 5%以上で収益率の良い子会社もある一方、投資直後の子会社については減価償却費負担の重さから 5%に達しない会社もあります。しかしながら最終的には売上、利益ともに海外でけん引をしていきたいと考えています。

【加工食品事業】

Q. 簡易 ROIC の中計 3 年目の目標が 12%以上となっていますが、今後見直しますか。

A. 今のところ目標変更は考えていません。グループ全体の営業利益目標を 370 億円で設定しており、加工食品事業の 184 億円は、その大きなベースになっています。営業利益を達成することで簡易 ROIC 目標も目指していけると考えています。

Q. 2 月の値上げ後の販売数量の回復についてご教示ください。

A. 家庭用は、前期の数量は前期比で横ばい、今期は 6%増収の計画のうち価格改定効果が占める割合が大きく、数量は大きく伸びる見立てになっていません。一般的には価格改定直後には一時的に数量が落ち込み徐々に回復しますが、2023 年 2 月の価格改定幅が大きか

ったことから回復にかかる時間は 2022 年 8 月、9 月改定時よりも長くかかるのではないかと考えています。また、原材料である卵不足の影響も懸念され、取引業者や専門家からはその影響は長引きそうとの見解を受けており、元の調達数量に回復するまでに最長 1 年になる可能性があるとして業界側から連絡を受けています。当社では、卵を使った商品の中でも、主力商品である炒飯へ調達できた卵を振り向け、一方で一部商品は休売といった措置を計画しています。そのため、全体の数量成長はアグレッシブに計画していない状況です。ただマーケット自体は緩やかに伸びていますので、需要が減る心配はしていません。

業務用は数量が伸びる計画で今期は 2%程度の数量増を見込んでいます。業務用市場全体はほぼコロナ前の水準に戻り、外食市場も全体ではコロナ以前の状況に戻っています。ただし居酒屋などの一部の業態はまだ回復の途上にあり、閉店や人手不足の影響の状態は当面続くと考えています。一方でファストフードは市場をけん引しており、外食市場の中でも業態ごとに違いが出ています。また、コロナ前から注目されていましたが、福祉施設向け加工品のニーズが高まっており、今後一番大きな成長セグメントになってくると見ています。そこに向けて健康を意識した商品や、人手不足に対応した商品など、付加価値を付けた商品の開発・販売の強化によりシェアを獲得していきます。

Q. 北米のアジアンフーズ市場は競争環境が厳しいイメージですが、イノバジアン・クイジーン社の強みや優位性を改めて教えてください。

A. 買収以来、高い成長率が続いてきた理由は、①主要顧客である大手量販店と人的パイプも含めて信頼関係をしっかりと構築できていること、②人種構成の変化やアメリカに様々な食文化が入ってきた中で、イノバジアン・クイジーン社の品質、商品力、開発力が認められるようになったことです。

今後は、強みを更に強化するために子会社化させたニチレイサクラメントフーズ社の米飯工場をフル活用したり、日本の技術を開発段階に取り入れたりといったことを考えています。

Q. 今期のイノバジアン・クイジーン社の計画が保守的ではないでしょうか。また今後の利益率の水準について教えてください。

A. アメリカでのインフレリスク、合併会社から子会社化させたニチレイサクラメントフーズ社の稼働率を考慮しています。インフレによって販売数量が落ちれば、工場稼働率も下がることになり、販売による利益、製造による利益の両方が取り込めなくなることを想定しています。大手量販店へしっかりと商品を売ることが優先事項であり、販売拡大のために販促費用を多めに計画したことから、今期は利益率が下がる計画ですが、アメリカの経済状況によっては数字が改善する余地があります。

今後のイノバジアン・クイジーン社の利益率は過去の実績も踏まえると 5~8%程度は狙えます。ここにニチレイサクラメントフーズ社の生産利益を乗せ、将来的には 10%の

目標を目指します。

Q. 付加価値の高いパーソナルユース商品のトップラインが伸びると利益に貢献してくるという理解で良いですか。

A. そうです。山形工場は限界利益率を高く設定した商品群を生産しているため、売上が伸びれば利益に貢献します。

【低温物流事業】

Q. 低温物流事業の ROIC は 7.3% で開示されていますが、分母になる投下資本は簿価から時価に置き換えることによって、ROIC の数字に変化が出るでしょうか。

A. ROIC 算出に当たっては簿価を用いていますので、時価で資産を再計算すると、取得年度が古い土地もあるため、ROIC が低下することになりますが、数字に大きく影響を与えることはありません。

Q. 前期の低温物流事業の海外営業利益が第 4 四半期単独で改善している要因は何でしょうか。

A. 大口顧客の料金改定が第 4 四半期でまとめて実施できたことと、ポーランド子会社の減価償却の耐用年数を第 4 四半期で変更したことが要因です。経費の戻りなど一時的な特殊要因が 3~4 億円あり、通年でならずと第 4 四半期が特別良かったというわけではありません。

【バイオサイエンス事業】

Q. バイオサイエンス事業はコロナやインフルエンザの流行に伴って足元の業績が改善していますが、過去数年の業績が奮わなかった理由は、構造的な課題があるからでしょうか。

A. 前期はイムクロマト事業（迅速診断薬事業）が業績に大きく貢献しましたが、今後は力を入れている分子診断薬事業で安定的な収益をあげることが本来の姿だと思っています。

以 上

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