

2024年3月期 第2四半期決算説明会（アナリストミーティング） 主な質疑応答

日時：2023年11月1日（水）15時00分～16時15分

形態：電話会議、Teams 会議併用

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

【加工食品事業】

《数量回復に関して》

Q. 業務用の低収益商材の削減について、ターゲットとする商材や取り組み内容、またその収益の回復時期に関して具体的にご教示ください。

A. 価格改定を実施する過程で、収益成長が見込めない商材について整理をしました。価格改定ができた商品はしっかりと伸ばし収益構造を固めたいという施策に基づいています。

今回整理を行ったのは惣菜の中でも主にチキン加工品となります。価格改定によって収益構造が改善しましたので、価格改定ができた商材の販売数量を伸ばすことができれば、大きく増収そして増益を見込めると考えています。

取り組みの効果が大きく発現するのは第4四半期の見込みです。

Q. 家庭用の足元の数量状況はいかがでしょうか。

A. プロモーションによって販売数量が増えてきています。下期には家庭用の売上高は5%程度の増収を計画し、数量も下期にプラスになる想定です。

Q. 価格改定による数量減の傾向を受け、再び価格競争が始まるリスクはありますか。

A. 可能性としてはゼロではないと認識しています。但し、価格競争を意識して価格を一旦下げると、収益性を元の水準に戻すには一定程度の年数がかかると判断しているため、価格競争への参入は避けたい考えでおります。仮に価格競争が始まり、当社の販売数量が10%程度下がったとしても、当社の収益構造が改善されていることから、無理に価格競争に加わらなくても、一定の収益率を保つことができると考えています。

Q. 卵不足によって需要減となったアイテムの数量がプロモーションによって回復していくストーリーについて詳細をご教示ください。

A. 配荷と回転数で数量成長が決まりますが、当社の主力商品は他の自社商品や競合商品と比べて配荷が非常に高い状況です。配荷を落とさないために欠品させないことが営業

戦略の1つとなっており、欠品を避けるために生産量と販促のバランスを考えて対応した結果、上期は数量成長が停滞しました。

配荷が下がるとプロモーションをかけて回転数を上げてても数量は大きく増加しません。多くの店舗に商品を並べて頂けるかという配荷が重要であり、数量を上げるベースとなります。上期は、卵不足による生産への影響が懸念されたことから、ベースとなる配荷を下げないために、数量があまりに大きく伸びないようにしてきました。上期に維持できた配荷をベースに、価格改定した商品の数量をプロモーションで伸ばすことで収益拡大につながると考えています。

Q. 来年度の家庭用の伸びについてはいかがでしょうか。

A. 価格改定以前は家庭用の売上は7~8%で伸びてきましたので、数量は3~5%の増加を計画したいと考えています。商品数も整理して工場の生産余力もあることから、数量増加にも対応できると考えています。

《コスト環境と価格政策》

Q. 足元で円安が進む中、今後のコスト環境についてどのように考えていますか。また価格改定を更に検討される段階にありますか。

A. 円安が一段と進むことはリスクだと認識していますが、為替予約を行っていますので、一定程度のリスクヘッジはしています。ただし状況に応じて自助努力で吸収できないコストアップには価格改定を含めた対応策を検討します。

《北米事業》

Q. イノバジアン・クイジーン社（以下、ICE）は、アメリカでのインフレ環境下でも更なる成長は見込めますか。

A. 上期は価格改定をした関係で、ICEも日本国内同様に増収であった一方、販売回転数が落ち数量減となりました。現状は、販促によって数量は前年を上回る程度に回復しています。また米飯の生産拠点となるニチレイサクラメントフーズ社もICEの販売数量が伸びることで稼働率が高まれば、製造利益も上乘せされ、製販一体で利益成長できると考えています。

【低温物流】

Q. トラックドライバー2024年問題のリミットが近づく中、新規顧客獲得のチャンスの状況を教えてください。

A. 2024年問題を契機にした顧客獲得のチャンスに関して、成約はこれからになるもの、お話自体はいくつか頂いています。現時点で大きな動きはありませんが、私たち自身は2024年問題で運べなくなるリスクがなくなるように準備をしてきたことから、新規案件が出てきた場合には、確実に需要を取り込んでいきます。

【設備投資関連】

Q. 設備投資計画が見直され、今年度は100億円の減額となりました。来年度の設備投資計画は精査の段階とお話されていましたが見通しを教えてください。

A. 中計で見込んでいた1,200億円と比較すると、前年度は計画からマイナス100億円程度、今年度もマイナス100億円となり、現状は中計期間で1,000億円程度になると想定しています。投資計画を効率的に見直したことや主に低温物流での新設拠点の土地の取得が遅れていることを理由として見直しを行いました。但し、2024年問題には、他社アセットを含めた運用によって確実に対応していけると判断しています。

【中計達成のためのリスクとチャンス】

Q. 加工食品、低温物流でのチャンスとリスクについて教えてください。

A. 加工食品事業では、新型コロナと円安により収益構造が大きく崩れました。その環境下で販売数量を伸ばしても、設備能力の限界が来てしまうこと、そして収益率が向上しない状態が想定されたため、昨年と今年に価格改定を行いました。最終的にお客様のご理解を頂き、収益構造は想定以上に戻ったと評価しています。今後は、数量成長によって工場の稼働率を高めることで収益が一気に出てくるのが、チャンスだと思っています。数量成長は、私たちの強みである技術力や、お客様のチャネルの多さを活用すれば実現できると考えています。仮に販売数量が伸び悩むというリスクに直面しても、収益構造が変わったため、利益が取れない状況ではないと判断しています。

更に海外事業は、加工食品、低温物流ともに順調ですので、大きなチャンスになると考えています。

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。