

2026 年 3 月期 第 1 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：2025 年 8 月 5 日（火）17 時 00 分～18 時 00 分

形態：Web 会議

当社登壇者：取締役上席執行役員 鈴木 健二

広報 I R 部長 市川 俊

《グループ全体》

【計画に対する進捗】

Q. 第 1 四半期のグループ全体の実績は、恐らく社内での計画に対して加工食品事業を中心に下振れしたかと思います。実際にどうだったのか教えてください。

A. 計画に対しては、四半期別の計画数値は開示しておりませんが、可能な範囲でお答えしますと、グループ全体の営業利益は 87 億円となっており、約 3 億円の計画未達でした。加工食品事業で 6 億円程度の遅れが発生しており、水産・畜産事業では 3 億円弱プラスとなっております。低温物流事業はほぼ計画に沿って進んでおります。

《加工食品事業》

【国内 価格改定効果】

Q. 米飯類の価格転嫁の遅れがあったとのことですが、何があったのでしょうか。足元の状況も教えてください。

A. 従来ですと、価格改定に取り組むと比較的早く効果の刈り取りができていましたが、今回は遅れが発生しました。4・5 月に競合品の一時的な値下げ攻勢があり数量を落としたのも一因となりました。また、それも含め、数量確保を目的とした販促費投入も実施したため全体的に収益が落ちてしまいました。足元では 6 月より全得意先での値上げが完了、販促効果もあり数量も戻ってきています。

Q. コストアップのペースが計画に対してかなり早いと感じていますが、それに対しては、現在計画している価格改定だけで十分でしょうか。今後も追加の価格改定が必要とお考えでしょうか。

A. コストアップで一番懸念しているのは、卵と鶏肉の価格高騰です。この高い価格はしばらく続くと想定し、いろいろな計画を立てていますが、今実施している施策だけでは打ち消せないと思っているので、早めに対策を取っていかなければという認識でいます。

なお、その他の原材料である、牛肉や豚肉は当初の予定から大きな変更はないと考えています。

Q. 冷凍食品は従来から値上げに対しての感応度が低かったと思いますが、価格改定の動向に対して変化がみられてきたのでしょうか。どのような消費者行動になってきているかを教えてください。

A. 価格に対する感応度が高まっているという想定をすべきではないかと考えています。市場も値上げ疲れのようなことも出てきており、価格改定効果が簡単に刈り取れるとは考えていません。どちらかというとも業務用の惣菜向け商品でその傾向が顕著になっていると感じています。

Q. 6月以降は売上が回復しているとのこと、もう少し詳細をご解説いただきたいです。

A. 農産加工品は、生鮮野菜の相場に左右される部分があり、足元では生鮮野菜の価格がかなり上がってきていますので、その代替品となる冷凍の農産加工品の販売数量は戻ってきております。米飯類は他社も含めて価格改定が完了したことから、数量が回復傾向になったと考えています。

Q. 前期の第4四半期に発生した工場の生産トラブルの影響は、今回の第1四半期にどう影響したのでしょうか。

A. 前期末に起きた船橋工場の生産トラブルの影響は、同工場の他ラインで生産していた業務用米飯類の在庫単価にトラブルによる不稼働分の固定費が少し上乗せになった部分がありました。ただ、当社は家庭用の方が米飯類のポーションが大きいので、額への影響は軽微だったと捉えています。

【海外 タイ】

Q. タイの紛争による GFPT ニチレイ社（タイ）のリスクについて教えてください。

A. ロケーションがカンボジアの国境に近いということもあり、工場で働いている方はカンボジア人が多く、帰国者が出ています。まだ不確定要素が多いので、紛争が継続し帰国者が増えていくことが想定されると、日本向けの供給や売上高に制限が出てくる可能性もあります。

Q. その他に、為替の話もあったと思います。第1四半期はバーツ高を他の要素で吸収して増益となったけれども、第2四半期以降は少し厳しくなるリスクがあるのでしょうか。

A. その通りです。

バーツの状況につきましては、昨年度は、ドル高バーツ安でスタートしましたが、今年度はそれを下回る水準で推移しており、この部分の輸出の採算は悪化しております。

第1四半期は、EU 向けや日本向けの販売が好調に推移し、鶏の仕入価格も比較的低位

で安定しており、パーツ高の影響をカバーできました。しかしながら、足元では更にパーツ高が進行していますので、マイナス影響は続くと思込んでいます。

- Q. 国産チキンが高くなっているが、タイ産のチキンの優位性が高まるというように、こういった環境で御社の優位性が発揮できることはないのでしょうか。
- A. ブラジルの鳥インフルエンザの影響により、欧州への輸出でタイ産のチキンの引き合いが強くなっています。日本国内でも、国産チキンの高騰が継続すればタイ産の加工品のニーズが高まる可能性もあります。

【海外 北米事業】

- Q. ラテンブランドの販促費の増加がある程度一巡するという話もあったと思いますが、何か変化があるのかを教えてください。
- A. アメリカの冷凍食品市場を見ると全体的に伸び悩んでおり、厳しい状況が続いています。その中でもアジア冷凍食品市場は、第1四半期で約95%と前年割れでしたが、イノバジアン・クイジーン社は102%と健闘している状況です。

第1四半期は、昨年3月から順次導入が始まったラテンブランドの導入コストが販促費としてかかっており減益要因となっておりましたが、こちらは一巡するので、下期以降は発生しません。ご参考までに、第1四半期までの成果としては、今年度のチキン製品の仕入コストは、契約方法を一部見直ししたことで原料高が進む中であっても比較的安定して抑えることができています。また、下半期以降の施策としましては、収益性の高い業務用も含めたアジア新商品を出すことやラテンブランドの商品絞り込み、一部 OEM 商品を自社工場であるサクラメント社に移行するとなどコストコントロールが中心になっていくかと思っています。

《水産・畜産事業》

【計画に対する進捗】

- Q. 水産・畜産は計画に対して3億円も上振れているとのことですが、上振れた主な要因と第2四半期以降への持続性があるのかお聞かせください。
- A. 上振れた主な要因は主に水産事業で、前年にあったいくら等の魚卵でのマイナス影響がなくなったことが大きいです。元々、水産品は第3四半期に強い数字が出るのですが、寿司ダネが堅調に推移していますし、他にも付加価値商材や年末商材が売ればプラス要因になると思います。

《低温物流事業》

【計画に対する進捗】

- Q. 海外の営業利益が5%のマイナスとなっており、ポーランドでの新設倉庫の稼働遅れ

の影響と記載がありますが、現状は解消しているのでしょうか。

A. 新設倉庫については、倉庫自体は予定通り 3 月に稼働しましたが、この倉庫の中に自動倉庫部分があり、その機材の納品の関係で遅れが生じてしまいました。自動倉庫部分で営業が十分にできなかった分をこれからキャッチアップしていきます。

Q. 国内も堅調な推移を継続できそうでしょうか。

A. リテール事業の拠点間輸送サービスである NL+LiNk（エヌエルリンク）や、冷凍食品物流プラットフォームと呼んでおりますいわゆる複数メーカー共同保管・配送事業は、今の環境ですとしっかりと伸ばしていけると思っております。

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。