

2026 年 3 月期第 3 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：2026 年 2 月 3 日（火）17 時 00 分～18 時 06 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

【加工食品事業（国内）】

Q. 今年 2 月からの価格改定について、前回は浸透までに遅れが発生していましたが、今回はいかがでしょうか。また、今回の改定を含めた価格改定効果が原材料や為替などのコストアップ要因を上回るのは第 4 四半期と考えてよいのでしょうか。

A. 昨年 2 月の価格改定時は JAN コード変更や競合品の一時的な値下げ攻勢もあり浸透が遅れましたが、今回は早めに準備し、販促費コントロールも含めて丁寧に対応しており、概ね順調に進んでいます。

価格改定効果については、第 4 四半期は原材料や為替などのコストアップ要因をやや上回ると捉えています。

Q. 価格対応型商品の投入、販促費コントロールなどの施策効果が業績に与える影響について教えてください。また、価格対応型商品の投入により、商品ミックスの悪化につながるようなことはないのでしょうか。

A. 価格対応型商品については、今年 2 月から年間で約 50 億円の売上規模の商品を投入しております。これらは収益性を損なわない設計となっておりますので、構成比が増えて商品ミックスで利益が悪化するということはありません。製造コストや原価構成を考慮しつつ、価格帯のバラエティを拡充することで、利益率の悪化を防ぎつつ販売数量の拡大を目指しています。

販促費のコントロールについては、これまで一部で販促費が過剰に投入されていたため、これを適切に管理することで、数億円規模のコスト削減効果を第 4 四半期に見込んでいます。

Q. 第 3 四半期単独で国内加工食品事業が増益に転じた理由として、価格改定の浸透や販促費コントロール以外に、例えば事業環境や流通企業との交渉、消費者の購買行動などに変化はありましたでしょうか。

A. 事業環境としては厳しい状況が継続しており、大きな変化はありません。消費者の価格感度は依然高い状況が続く、原材料価格も高止まりの状況です。

カテゴリー別では、米飯類は好調で、チキン加工品は大手ユーザー向けが伸びる一方、業務用惣菜や外食向けは苦戦しています。

Q. 第3四半期単独での家庭用調理品の増収率が3%にとどまり、数量がマイナス2%となった要因は何でしょうか。

A. スナック類のうち今川焼の数量が大幅に減少したことによります。今川焼の売上が低調であるわけではなく、前年の同時期にテレビCMなどで大幅に販売数量を伸ばした反動減とご理解いただければと思います。

Q. 業務用調理品の売上が2桁増と強く伸長していますが、背景は何でしょうか。

A. 好調な大手ユーザー向け商品の販売が大きく伸びましたが、一部の商品において価格を抑えて数量を伸ばす戦略を選択したことで、利益面での大きな貢献にはつながりませんでした。

Q. 今年の計画達成のハードルが結構高く見えるのですが、第4四半期の見通しについて教えてください。

A. 価格対応型商品を2~4月にかけて投入し、販促費コントロールも進めています。前年の第4四半期では工場トラブルにより営業利益が落ち込みましたので、その反動もあり、第4四半期は増益効果が期待されます。

Q. 現在のブラジル産チキンの高騰やスペイン産豚肉の供給減少は御社の業績にどう影響しますか。

A. ブラジル産チキンの高騰は、代替としてタイ産の需要が高まるなど足元ではポジティブに働く可能性があります。スペイン産豚肉の影響は限定的と見ています。

Q. 来期の原材料価格や為替についてはどのようにお考えでしょうか。

A. 米については来期の価格上昇幅が概ね確定しており、2月に実施する価格改定に反映済みです。チキン（特に国産胸肉）は高止まりしており、その状況を踏まえて次年度の利益予算に反映しています。卵は現状安定していますが、楽観できない状況は続くと思っています。

為替については、取引予定額の半分以上を予約済みです。予約レートでは、2026年度は前期比でフラットと見ています。

【加工食品事業（海外）】

Q. 北米に工場新設されとのことですが、これまでは買収も検討されていたかと思いますが。工場新設ということは、買収という選択肢は無くなったと考えて良いのでしょうか。

また、稼働開始の時期についても具体的に教えてください。

- A. 北米市場での成長を目指し、買収の可能性も検討してきましたが、最終的には自社で新工場を建設することを決断しました。新工場は1億ドル以上の大規模投資となり、これにより製造能力を大幅に強化できます。そのため、イノバジアン事業に関しては買収という選択肢は無くなり、資金配分の観点からもまずは新工場建設に注力していく考えです。

稼働開始は2028年12月期の早い段階を目指しており、造成から始まるため工期は長くなる見込みです。

- Q. 北米事業は苦戦されている状況かと思いますが、新工場建設を決断された理由や勝算、競争力や収益性の見通しを教えてください。

- A. イノバジアン・クイジーン社は以前、ファブレスモデルで生産機能を持っていませんでしたが、2022年に米飯類の生産施設を完全子会社化し、生販利益の確保に成功しました。イノバジアン社が保有するその他アジアンフーズカテゴリーにおいても同様に生産機能を持つことによって、収益力を高めたいと考えていました。また、米飯類も様々な顧客のニーズに応えるためには、さらなる生産能力の拡充や開発力強化が必要と考え、検討を重ねた結果、ようやく良い立地を見つけ、意思決定に至りました。

今回の新工場はイノバジアン社が保有するアジアンフーズカテゴリーにおいて多様な製品を生産し、生販一体の体制を強化することで収益力の向上を目指します。

具体的な収益性の目標数値については現在内部でシミュレーションを進めており、現段階では非開示とさせていただいておりますが、今後状況が整い次第、適宜情報開示を行っていく予定です。

- Q. 海外事業の通期予想が12億円の減益となっていますが、第4四半期から来期に向けての見通しを教えてください。

- A. 今期減益の1番大きな要因は、タイのGFPTニチレイ社のドル安パーツ高の為替影響です。第4四半期も為替影響は残りますが、来期については、今年度と同水準でのパーツで推移した場合は、前期比の減益要因にはなりません。来期の収益改善に向けて、商品ならびに副産物の更なる付加価値化などに取り組んでまいります。

北米のイノバジアン事業は第3四半期にてラテンブランドの販促費負担が一巡し増益に転じました。今期はアジアブランドでも販促費を抑制しましたが、来期は成長に向けて適切に販促費を投入し、家庭用市場での売上拡大に加え、クラブ業態や外食などでも拡販に注力してまいります。

【低温物流事業】

- Q. 「SULS」や「NL+LiNk」などのプラットフォーム化の取り組みは業績にどのように寄

与していますか。

- A. NL+LiNk はリテール事業の伸長要因の一つであり、リテール事業は第3四半期単独で6%の成長で業績に貢献しています。NL+LiNk のみの具体的な数値の集計は難しいものの、好調な要因として認識しています。今後は定量効果を示せるように検討してまいります。

【その他事業】

- Q. バイオサイエンス事業が減益となっていますが、現状と来期の見通しを教えてください。

- A. バイオサイエンス事業は、がんの診断薬の製造・販売と、インフルエンザやコロナウイルスの検査キットの製造・販売を行っています。両事業とも厳しい状況が続いておりますが、来期に向けて改善に注力してまいります。

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。