

2019年3月期 新中期経営計画「WeWill 2021」説明会における質疑応答の概要

(2019年5月15日(水)、東京)

【全体】

Q. 社長にお伺いさせていただきたいが、在任期間中にやりきりたいというテーマがあれば、その重点的なものを教えてほしい。

A. 色々な切り口はあるが、1つは収益構造を変えていきたい。

日本の冷凍食品や低温物流業界の利益率は、海外の食品業界や国内の他の業界と比較して、決して高くない状況が続いている。長期化しているデフレも影響していると思われるが、今後も社会環境が大きく変わり、加工食品や低温物流の需要はさらに高まっていくと思っている。一方、その環境の中、様々なコスト増が見込まれるため、従来のコスト削減だけにとどまらず、今後どう収益構造を変えていくかが大きな課題であり、今その転換期に来ていると思っている。

そのために、顧客に必要とされる付加価値の高い商品やサービスを適正な価格で取引できるようにシフトしていく必要があり、今回の中計からそういった研究・技術開発にも積極的に取り組んでいく。

【加工食品】

Q. 新中計の売上高は5%の成長を計画しているが、どのように伸ばすのか教えてほしい。

A. 市場環境としては、「食の外部化」が進行しており、「時短調理と美味しさ」の両立や、「省人化オペレーション」など、冷凍食品への期待は高まっており、引き続き需要が拡大していくものと予測している。

今までは、家庭用の商品は加工度が高く、業務用はひと手間かけてお客様に提供する、という商品が多かったが、最近では逆のニーズも増えている。当社は家庭用・業務用ともに強いポジションにあり、それぞれの知見と技術は相当あるので、このような流れはチャンスと捉えている。

これらに対して、冷凍食品の価値をどうつけてくかという点が大変重要である。今まで作り上げた家庭用と業務用の商品、特に戦略カテゴリとして注力してきたチキン加工品や米飯類に、付加価値をつけていくことで、さらなる需要を創出できていると思っている。この3年間は、その価値の付け方に注力し、増強する投資も行うことで売上・利益につなげていきたい。

Q. 営業利益率 10%をめざすというお話があったが今回の中計では 7%の計画となっている。10%に向けてこの3カ年どのように取り組むのか教えてほしい。

A. 10%は目標であるが、まずこの3カ年で 7.1%の営業利益率をきちっと出すことを一つの足掛かりにして、目標の 10%に向けて頑張っていきたい。

Q. 外部環境の変化やコストアップへの対応が課題と思うが、この3カ年で何か具体的な施策があれば教えてほしい。

A. 工場の人件費は相当上がってきているので、自動化や機械化を進めていく。また、タイの GFPT ニチレイは、鶏原料相場に左右される構造であったが、第二工場を増設し、加工度を上げた商品の構成を高めることで、収益構造を改善していく。

Q. 400億円超の設備投資計画について、もう少し具体的に差し支えない範囲で教えていただきたい。

A. 一つが先程申し上げた GFPT ニチレイの工場を作ることと、国内では主力カテゴリに積極的に投資をしていく。それと生産性向上や、新しい価値をつくれるような生産設備も導入する。

また、環境対応として CO2 排出量削減への投資も必要になる。

【低温物流】

Q. 革新的な3PLという説明があったように、付加価値を上げていこうという取り組みをされていると思うが、その点について教えていただきたい。

A. 人手不足や法規制対応など荷主企業個社では対応できない状況が益々増えている。このような中で、一つは、これまでもやってきたが共同化を一層推進していくことであり、我々がコーディネーターとして、プロジェクト形式で共同化を進めるといった形を更に広げていきたい。

2つめは、従来から培ってきたノンアセット型の3PLということ、自社のアセットも組み合わせることで他社と協働し、需要を取り込んでさらなる成長を実現していきたい。他社のアセットを使っても、当社のアセットを使ったのと同じ品質レベルで、ワンストップサービスを提供できるようなプラットフォーム的な仕組みを、この中計の間に整備していきたいと考えている。

Q. EBITDA マージンがほぼ横ばいの計画だが、この3カ年でマージンを上げていくチャンスがあれば教えてほしい。

A. EBITDA マージンは将来的には伸ばしていきたい。

物流ニーズは高まっているが我々のシェアは10%程度で、まだまだ伸ばしていける余地があると思っており、引き続き保管作業・運送を含めたワンストップサービスを強化していく。

また、これまで運送やTCの一部について一定の料金改定を進めてきたが、この3カ年では、遅れていた冷蔵倉庫料金の適正化に取り組んでいく。電力料や輸配送コストのサーチャージといった考え方ではなく、品質やコストに見合った料金をいただくよう計画的に進めていく。

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。