

2016年3月期アナリスト向け決算説明会Q&A議事録

開催日時 平成28年5月11日(水) 9:00~10:30
場所 ステーションコンファレンス東京 501-502
当社出席者 代表取締役社長 末澤 壽一
代表取締役副社長 畑 佳秀
代表取締役 専務執行役員 加工事業本部長 川村 浩二
取締役 専務執行役員 海外事業本部長 大社 啓二
取締役 専務執行役員 食肉事業本部長 井上 勝美
取締役 常務執行役員 関連企業本部長 篠原 三典
取締役 執行役員 加工事業本部 営業本部長 木藤 哲大

出席者数 102名

質疑応答

Q1

加工事業として今期は数量増を狙い、原資を投入する方針は理解するが価格競争を引き起こすリスクはないのか？またハム・ソー業界全体として利益を確保しようとの考えはあるのか？

A1

業界として利益を確保するとの考え方は持っている。
直近の原料相場が安定しており利益は出ると考えるが品質、味が良い商品を提供するという方針に変更はない。
当社は上級カテゴリー、中級カテゴリーに強みがあるが、ボリュームゾーンの商品シェアが低い。価格競争が厳しいのは承知しているが、ボリュームゾーンにも他社よりも品位が高い商品を投入し、シェア拡大を図っていく。

Q2

加工事業のブランド戦略について詳細を教えてください。

A2

NB品の増量や規格変更を行いブラッシュアップを図っていく。
今期は数量を伸ばさせるため、ボリュームゾーンの商品にも対応していく。
数量を拡大する事により、利益幅を拡大すると同時にライン稼働率を上げ、利益を確保していく。

Q 3

EPSへのコミットについて考え方を教えて欲しい。

A 3

EPSに関してもしっかりとコントロール出来るように施策を検討したい。
自己株取得等については配当方針にも掲げている通り、成長への投資や財務体質を
勘案しつつ、1株当たり株主価値向上等を目的として機動的に実施して行く。

Q 4

加工事業は原料価格の変動に左右される状況があるが、何か施策を考えているのか？

A 4

抜本的にコストを削減しなければならないと考えている。
高生産性ラインの導入や、人員の適時配置、製造拠点の集約等検討している。

Q 5

豪州事業の営業利益計画達成するための施策は？

A 5

グラスフェッドを含むブランド牛の構成比率を高める戦略は引き続き進めると同時に
処理場では仕入コストや牛の集荷状況を見極めながら稼働させコスト削減していく。

Q 6

他社は減損等の影響があっても配当維持をしている所もあるが、配当方針の考え方は？

A 6

暖簾の減損についての他社の取扱事例は認識している。現段階で、基本的な配当方針に
変更はないが、今後状況を鑑み検討する。

Q 7

加工事業において販売数量に頼らない施策に舵を切るのはどのタイミングか？

A 7

当面は当社販売品種構成比率が少ないボリュームゾーンの数量を他社から奪いハム・
ソーシェア拡大していくが、今後はカテゴリー領域の幅がある加工食品の販売数量を伸
ばし利益を確保して行くと同時に製造拠点の集約、設備の刷新等の合理化を実施し、コ
スト競争力をつけて利益を確保して行く。

Q 8

輸入鶏肉の在庫が増加し、年度末国内相場が下落したが現在の状況は？

A 8

在庫については未だ過剰気味だが、国内相場は徐々に回復傾向にあると考えている。

Q 9

加工事業営業において攻めに転じる1年となるが、現場の意識・士気はどうか？

A 9

『チャレンジ150』という高い自主目標を掲げて数量を伸ばす取り組みを行っている。足元でも数量伸長している。現場の士気は高まっているのは間違いない。

Q 1 0

フード会社の今後の販売戦略は？

A 1 0

輸入品に関しては大手CVSなどターゲットを絞って伸長させて行く。
国産品については川上事業を強化し、供給量を確保すると同時に量販店を中心に伸長させて行く。

Q 1 1

加工事業において販売数量増加の為にコストを投入するとの事だが、どの様に投入して行くのか？

A 1 1

増量や品質向上等の既存品のブラッシュとボリュームゾーン対応商品の原資として投入し、数量伸長を図って行く。販売数量が伸長する事により粗利額も拡大する。またライン稼働率が上がり生産コストが下がる。

以上