

・開催日時	: 2013年11月5日(火) 10:00~11:30
・出席者	: 代表取締役社長 竹添 昇 取締役専務執行役員(加工事業本部長) 内田 幸次 取締役常務執行役員(グループ経営本部長、経理財務部・IT戦略部担当) 畑 佳秀 取締役常務執行役員(食肉事業本部長) 末澤 壽一 取締役執行役員(関連企業本部長) 川村 浩二

【社長説明会資料補足】

(6ページ)

中計最終年度では、営業利益430億円・当期純利益220億に挑戦する。現状は、営業利益が30億円程度ストレッチと感じている。一方、当期純利益については実効税率の改善をプラス要因として見込んでいる。(上期実効税率30%で着地、最終年度は37%を想定している。)

(12ページ)

・資本戦略の推進においては、経営指標としてROIC(投下資本利益率)も意識し取り組んでいる。

【質疑応答】

<全体>

Q1) 当期純利益重視の方針について

A1) 新中期経営計画パートII・IIIの間中は、構造改革に関する費用も多く計上したが、今中計においては営業外収支で大きく変動する要素は現時点ではあまり想定していない。そのような環境下において、ROE経営、配当原資の観点からも当期純利益を重視している。

Q2) 食肉市況に左右されない体制構築に向けての取り組み状況は?

A2) 提案力(営業の牛肉商談強化等)と開発力(ブランド食肉、産地パック)の取り組みを強化していく。

Q3) 1Qで発生した決算調整関連の2Qの状況は?

A3) 2Qはプラス約5億円。(上期約△20億円)

Q4) TPPに対する現状の見方は?

A4) 交渉が決着していないため確定的なことは言えないが、加工事業は関税が撤廃された場合、輸入原料価格は低下する一方で海外商品は増加する可能性もある。食肉事業は輸入品の価格は少し下落すると予測するが、国内ファーム事業への影響は懸念される。

Q5) CB(転換社債)の償還について

A5) 2014年3月転換時付与株式は最大で約2,300万株だが、現時点ではほとんど転換されていない。転換された株式については、ROEを経営目標指標に掲げていることも考慮し、自己株取得等も含めた資本戦略を検討していく。

Q6) グループフェアを実施した成果は?

A6) 成果としては、事業本部同士のリレーションが強化され、グループ一丸となった取り組みが展開できた。しかし、グループ内の連携不足、準備不足も見受けられた面もあり、来期の課題と認識している。

<食肉事業>

Q 7) 豪州事業の大幅伸長の背景は？また下期、来期以降の見通しは？

A 7) 上期は、数量伸長効果と、為替効果等で大幅伸長となった。下期は、12 億円 (3Q : 11 億円の改善) を計画。今後は、世界 4 大生産地であるブラジル、アメリカ、豪州、インド各国での自国の需給の高まり、米国の母牛の淘汰による牛生体の減少等があり、豪州のプレゼンスは更に高まると思われる。一方で、米州の牛の供給回復が 2016 年頃と予測されることから、豪州事業に対する取り組み強化 (販売強化、生産性向上等) を継続して行っていく。

◆数量伸長要因

主な販売先国	2013 年 3 月期 上期実績		2014 年 3 月期 上期実績	
	数量構成比	数量構成比	数量 (昨年比)	
日本	29%	21%	96%	
米国	15%	18%	159%	
韓国	9%	11%	158%	
中国	3%	10%	495%	
台湾	6%	5%	106%	
豪州国内	28%	24%	117%	
数量伸長			134%	
単価 (豪ドルベース)			104%	
単価 (円ベース)			120%	

◆売買益、為替要因

	売買益要因	為替要因
1Q	11 億円	2 億円
2Q	14 億円	11 億円
合計	38 億円	

Q 8) 国内フード会社の今後の見通しを教えてください。

A 8) 上期は収益性も考え、国内牛、輸入プロイラー、フローズンポークの販売を控えたが、トータルでは前年を上回ることが出来た。今後についてはシェアアップを前提としながら利益についても意識して取り組んでいく。

Q 9) 下期における国内豚・国内鶏の相場動向を教えてください。

A 9) 相場実績と、今期の動向は以下の通り。

畜種別	2013.03 上期実績	2013.03 通期実績	2014.03 上期実績	2014.03 通期見込
国内豚肉 (上・三市場)	438 円/kg	412 円/kg	478 円/kg	445 円~450 円/kg
国内鶏肉 (日経・正肉加重)	378 円/kg	399 円/kg	412 円/kg	430 円~435 円/kg

Q 1 0) 米国産牛肉への取り組みは？

A 1 0) 米国産牛肉は現在、需給動向の変化により、生体数減、価格高になっている。その流れは 2016 年頃までは続いていくと思われるが、現状においても米国のパッカーとの信頼関係を強化し、数量確保と商品企画開発（日本で販売しやすい規格）等への対策は行っており、今後も継続していく。

<加工事業>

Q 1 1) 4Q の 黒字化に向けての取り組みは？

A 1 1) ブランド商品の販売強化（シャウエッセン 30 周年販促、新商品投入など）、コンシューマ商品の価格改定による改善効果、コスト削減（品種統廃合、生産性向上等）、業務用商品の収益改善等で達成を目指す。

Q 1 2) 原材料の見通しは？

A 1 2) 今下期は▲40 億円、来期は▲25 億円を現時点では想定している。

Q 1 3) 業務用数量への対策は？

A 1 3) 競争力のある商品開発や魅力あるメニュー提案等で対応していく。

Q 1 4) 販売促進費の効果は？

A 1 4) 全体の総額は意識し TVCM 等効果的なものに取り組んでいく。

以上