

【(2014年3月期 期末) 機関投資家・アナリスト向け決算説明会 議事録】

日本ハム株式会社

・開催日時	: 2014年5月14日(水) 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 取締役専務執行役員(食肉事業本部長) 末澤 壽一 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 取締役執行役員(関連企業本部長) 川村 浩二

【質疑応答】

<全体>

Q) 事業上のリスクは？

A) 家畜の疾病が大きなリスクとしてあるが、防疫体制などの対策を引き続き徹底していく。

Q) 今期の営業利益の達成確度は？

A) 加工事業、関連企業はストレッチではあるが、食肉事業にて計画を上回れるようチャレンジしていく。

Q) 外部環境ではなく、構造的に利益水準が向上しているものは何か？

A) 外部環境の様々な変化の中で事業運営を行っており切り分けて説明するのは難しいが、グループ全体でのブランドに対する意識は高まってきており、食肉ブランド比率強化など今後も更に強化していく。

Q) 設備投資の状況や来期以降の計画については？

A) 今中計の三年では減価償却の範囲を超えての積極的な設備投資を計画している。内容としては既存設備のメンテナンス(工場などの生産性向上や品質向上のため)も含まれており今後のためにも必要である。また、来期以降についても成長のための設備投資や政策投資を検討している。

Q) ベンチマーク企業は？

A) 事業領域が多岐に渡っており、グループ全体としてではなく、各事業ごとに設定している。グループとしては、国内食品セクターでベスト5、海外食肉会社でベスト3を目指している。

Q) 海外でのハム・ソーセージ及び加工食品の売上状況は？

A) 2014年3月期は約90億円。今後売上拡大のスピードアップを図る。

<食肉事業>

Q) 豪州事業の今期の見通しは？

A) 豪州全体の出荷頭数減少により、牛生体の仕入れは、第2Q以降は価格が上昇する見通しである。前期と比較すると厳しい状況とはなるが、販売強化や効率化などで対応していく。

Q) 今後の国内での食肉販売数量の見通しは？

A) 毎年5%の数量増でシェア1%を向上させ、将来的にシェア30%を目指している。それに合わせて、調達力向上もはかっていく。また輸入食肉のブランド食肉(イタリアポーク、ドイツ豚など)も強化していく。

Q) 食肉の相場動向を教えてください。

A) 相場実績と、今期の動向は以下の通り。(国産)

鶏肉(ムネ・モモ 加重平均)については、15円/kg程度の相場上昇を見込んでおります。

豚肉(上物・枝肉・3市場平均)については、24~25円/kgの相場上昇を見込んでおります。

牛肉(A-3・枝肉・東京市場)については、横ばいと見込んでおります。

Q) TPPなどの貿易協定の食肉事業への影響は?

A) 具体的な内容や時期が決定していないため確定的なことは言えないが、国内での消費増での販売拡大や豪州事業の輸出強化などの取り組みを行っていく。

<加工事業>

Q) 昨年の商品規格変更の実施状況と今回の商品規格変更・納品価格改定の考え方は?

A) 昨年の価格改定効果としては、計画通りであった。今回も、主に規格変更での対応ではあるが、一部は納品価格の改定も予定している。なお、前期のPB・業務用については価格転嫁がズレ込んだ。

Q) ベンダー事業参入の目的は?

A) 新規事業参入による売上拡大が目的である。

Q) 茨城工場への投資も含めたコストダウンの効果は?

A) ハム・ソーセージ全体の製造経費としてkgあたり35円のコストダウンを次期中計期間ぐらいまでに計画している。

以上