

・開催日時	：2015年2月2日(月) 10:00～11:00
・出席者	：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 グループ経営本部 広報 IR 部部長 中島 茂

【説明会資料補足】

<CBの転換について>

現時点においてはCB自体での転売もしくは運用される可能性が高く、転換には時間がかかると思う。株主還元やROEなどの資本政策は現状の方針を今後も継続していく。

【質疑応答】

<全体>

Q) 配当予想の修正とROEについては？

A) 例年期中での配当予想の修正は行っていない。確定した当期純利益に対して配当性向30%を目安に配当額を確定する。ROEについては、9%弱を見込んでいる。

<食肉事業>

Q) 来期食肉事業の方向性は？

A) 供給力と販売力の拡大とブランド食肉による高付加価値商品の拡販を行う。またトルコなどの海外でのインテグレーションの確立を図る。

Q) 米国における牛肉相場下落については？

A) 依然米国における供給不足は継続している為、下落は一時的(港湾ストの影響)と考えている。

Q) 港湾ストの影響で米国の豚肉供給が少ないが原材料不足にはならないか？

A) 米国豚肉相場も回復しつつあり、現地農家の生産意欲も戻ってきている様子。長期に渡る影響はないと考える。

Q) 豪州事業の上振れ要因は？

A) 3Q累計で6.2億円の増益となった。販売価格の改善や販売数量が堅調に推移したことなどにより増益となった。為替要因は1.5億円ほど。

Q) 豪州事業の来期については？

A) 今期の好調がこのまま続くとは考えられない。仕入コストは確実に上昇すると考えられるので、引き続き販売価格の改善や販売数量拡大などに取り組んで行く。

Q) トルコの鶏肉事業については？

A) 今までは雛生産事業を中心としていたが、処理場も買収し事業を拡大している。当事業については、ホワイトファームの生産・処理のノウハウが活かされる。またトルコの鶏肉マーケットは大きく、拡大できる可能性が高い。

<加工事業>

Q) 来期加工事業の方向性は？

A) 来期すぐにはいかないが、営業利益100億円以上に向けて変革に取り組む。そのために既存事業の見直しと新規領域への拡大を図る。新規事業としては、バンダー事業や海外での製造・販売、市販冷食への取組みを強化していきたい。

Q) 加工事業における家庭用チルド商品に値崩れ対応策は？

A) アップグレードの商品を提案し、販売価格の上昇を図りたい。

Q) 加工事業の減益要因は？

A) 茨城工場等コスト改善効果が計画どおりとならなかった。ハム・ソーセージは、シャウエッセンの販売量が伸びたが、予想以上に原材料高騰の影響を受けた。また、デリ商品についても価格改定以後販売数量が伸び悩み減益要因となった。

以上