

2018年3月期 第2四半期アナリスト向け決算説明会議事録

日時	平成29年11月8日(水) 10:00~11:35
場所	ステーションコンファレンス東京 501A・B・S
当社登壇者	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 常務執行役員関連企業本部長 板東冠治
出席者	85名

○決算説明会資料(2018年3月期 第2四半期)【補足説明】

資料: 11/1「2018年3月期第2四半期 決算説明会資料」参照 ※数値は四捨五入表記

1) 2018年3月期上期実績

①連結売上高 6,279億円

6月より連結対象ウルグアイ BPU 社売上高 80億円含む

②加工事業 営業利益増減(製販部門改善 上期実績▲3億円内訳)

製造部門▲5億円 ベンダー事業▲1億円 営業部門4億円

⇒製造部門での労務費コスト上昇が主要因

③食肉事業 営業利益増減(国内ファーム事業 上期実績30億円内訳)

豚肉事業7億円 鶏肉事業25億円 他▲2億円

⇒鶏肉市況および豚肉枝相場が高値で推移

④海外事業 営業利益増減(豪州事業 上期実績▲10億円内訳)

オーストラリア 低価法評価損▲6億円 売価下落▲1億円 為替他▲1億円

ウルグアイ BPU▲2億円

⇒コスト高の生体が出荷された一方、販売価格下落で苦戦

2) 2018年3月期下期計画

①加工事業 製販部門改善(25億円内訳)

製造部門16億円 ベンダー事業4億円 営業部門5億円

⇒製造部門の投資効果 ベンダー事業の労務コスト改善

②食肉事業 国内ファーム事業(9億円内訳)

豚肉事業6億円 鶏肉事業4億円 他▲1億円

⇒飼料価格等の推移見直し

③食肉事業 その他(▲13億円)

⇒前期実績(為替時価評価益)を反映

- ④海外事業 豪州事業 (3Q▲6 億円 4Q+7 億円内訳)
3Q ▲6 億円 (豪州▲8 億円 ウルグアイ BPU 2 億円)
4Q 7 億円 (豪州 5 億円 ウルグアイ BPU 2 億円)
⇒豪州事業の回復は 4Q 半ば以降の見通し

3) その他

- ①2018 年満期転換社債
転換率 9 月末時点 73% 10 月末時点 75%

○質疑応答

Q 1

豪州事業の収益が大幅に悪化した要因は何か。

A 1

仕入環境は好転したが、フィードロットでの肥育期間によるタイムラグが発生したことから、ショートフェッドを中心にコスト高の商品になった一方、販売では高級部位を中心にグローバルマーケットおよび豪州国内の売価が大幅に下落したことから収益が悪化した。現在、販売価格は全体的に回復基調にあるが、牛肉事業の安定化へ施策の再検討が必要と認識している。

Q 2

海外事業の安定的な運営に向けた今後の戦略について。

A 2

海外事業の基本的なスタンスは、各地域における製造・販売の一体運営であり、それに合致しないものは売却・整理を進めていく。しかし、現状は日本向け食肉輸出事業が半分以上を占めており、これを織り込んだ上で安定化できる事業モデルの形成がミッションになる。ただし、体制づくりには一定の時間が必要となるため、即効性のある買収も検討したい。

Q 3

今後 3 年間で、利益水準を上げていく成長ドライバーは何か。

A 3

可能性としては海外事業。とりわけグローバルな原料調達が必要なファクターであり、M&A などにはその必要性に応じて検討したい。一方、海外牛肉事業は、世界の需給状況を見極めた上で施策を修正し、状況を打開していくことが次なる成長へ不可欠と考える。

Q 4

加工事業における売上拡大への具体的施策および製造コスト削減策の方向性について。

A 4

コンシューマ向け NB 商品、特にブランド商品を中心に拡販し収益力を高めていく。今後に向けては、企画・開発・販促・広告宣伝などの機能を一元化することで、マーケットインの商品開発を実現したい。また、コスト削減に向けては、引き続き生産設備の更新を行い、生産性改善に努めていく。

Q 5

加工事業の収益改善の時期はいつ頃を想定しているか。また、売上拡大を前提としたものではなく、収益性の伴った売上計画・売上規模で収益改善を図っていく考え方はないのか。

A 5

まず次期中計期間（3 ヶ年）で営業利益率を 4%程度まで高めていきたい。また、その手法について、収益性の高いコンシューマ向け NB 商品だけを製造・販売すれば、一定の利益確保は可能だが、対得意先への供給責任もあり現実的には難しいと考える。今後に向けては、需給調整機能を強化させて、効率的な製販体制を構築したい。

Q 6

加工事業における今後の物流体制について。

A 6

加工事業の取り扱い数量が年間 2~3%で伸長すれば、近年中に保管キャパの不足が想定される。また、昨今の物流事業を取り巻く環境から、多方面より共同配送への期待が高まっており、新たなビジネスモデルとして確立を目指していきたい。本格稼働時には、取り扱いの 1/3 が社外顧客と想定し、事業展開によって拡大を検討していく。また、従業員の「働き方改革」などを進めている反面、配送ニーズは多様化しており、これらの課題も同時に解決していきたい。

Q 7

加工事業について、施策に対する成果が見えず、収益改善も進んでいない。社内において危機意識は醸成されているのか。

A 7

事業規模が大きいこともあり、加工事業の成果発現には時間を要している。これまでは経費削減に力点を置き過ぎたが、回復段階では広告宣伝費等も積極的に投入し攻めに転じる。当社を取り巻く様々な課題に対しては、グループ全体で解決していく時期に来ており、引き続き危機感をもって変革を推進していく。

Q 8

食肉川上事業拡充の進捗および今後の施策について。

A 8

鶏は年間 2~3%で増羽しており、この水準を維持しながら投資を継続していく。豚は計画通り進んでいないが、既存の農場キャパで生産性向上を図り増頭を確保したい。今後も拡充計画を進めるが、自社での投資・拡充だけでなく、各団体との JV および M&A なども検討したい。

Q 9

国内鶏肉在庫の状況および下期業績への影響について。

A 9

ブラジルからの出荷実績が 7 月 3.5 万ト、8 月 5.0 万トで、これから推定すると 10 月の国内在庫は 14~15 万トと予想され、10 月の出荷実績も 3.5 万トで高水準を維持している。それ以降の出荷は減少する見込みだが、国内鶏肉在庫の状況から、下期においては相場下落による業績への影響が懸念される。

以上