

2021年3月期第1四半期決算WEB会議 議事録 主な Q&A

日時 2020年7月31日 金曜日 14:30~15:30

○質疑応答○

Q1.加工事業本部の見通しについて

・1Qは全国的にコンシューマが好調で主力ブランドを中心に伸長した。2Q以降、コンシューマの伸長は引き続き期待できるが、外食などの業務用は売上減少により、回復には時間を要すると思う。

Q2.加工新体制におけるシナジー効果の発現時期について

・今期より複数のプロジェクトを立ち上げシナジー発現に向けて検討している。各テーマについて様々な時間軸で議論を進めているが、すぐに効果が発現するイメージではない。早いものは今期中もあり得るが、多くは次年度以降と考える。

Q3.食肉事業本部の見通しについて

・生産部門は、内食需要の拡大で国内豚肉・鶏肉の需要は継続的に強く、相場は堅調に推移していくと見込まれることから、供給体制を整え対応していく。

・販売部門は、量販店向けに国内ブランド食肉の販売が伸長した。2Q以降も量販店向けは安定すると思うが、外食などの業務用は売上減少により、回復には時間を要すると思う。

Q4.海外事業本部の見通しについて

・豪州の牛肉事業は、内部改善が進んだことで以前と比較してオペレーションが安定しており、厳しい外部環境でもボラティリティは軽減している。しかしながら、2Qにかけてはコスト上昇が見込まれるため、厳しい環境が続くと見込む。

・北米は、内食需要の拡大で鶏肉加工品の販売が好調に推移した。2Q以降も、大きくトレンドが変わるとは考えづらい。

・ウルグアイは、マネジメント体制を刷新したことで、課題となっている内部改善を本格的に進め、ボラティリティの軽減を図っていきたい。

Q5.2021年3月期 下期計画について

・新型コロナウイルス感染拡大の第二波、第三波も想定され不透明な状況であることから、期初計画を据え置いている。球団損益を含め、2Q決算にて見直したい。

以上