

アナリスト向け中期経営計画 2023 進捗説明会 議事録

日時 2021 年 11 月 5 日（金） 13:00～14:30 Web 配信

登壇者 代表取締役社長 畑 佳秀

代表取締役副社長執行役員 食肉事業本部長、事業横断戦略推進担当 木藤 哲大

代表取締役副社長執行役員 加工事業本部長、新規事業推進担当 井川 伸久

取締役常務執行役員 経営企画本部長、北海道プロジェクト推進担当 前田 文男

取締役執行役員 経理財務部担当役員 片岡 雅史

常務執行役員 海外事業本部長 小田 信夫

○中期経営計画 2023 進捗説明

資料：11/5「ニッポンハムグループ中期経営計画 2023 進捗説明会資料」参照

https://www.nipponham.co.jp/ir/library/briefing_session/pdf/20221105.pdf

○質疑応答

① 中期経営計画 2023 の取組みについて

Q1.ROIC 向上に向けて

・投下資本の効率化を図るために、事業見直し基準も活用し重点事業への経営資源の集中化を進める。また、各事業本部では収益性や効率性の向上に向けて ROIC ツリーに展開した KPI マネジメントを実践している。四半期毎に進捗管理も行っており、課題であった現場への ROIC 浸透は改善が図られていると考えている。

Q2.国内の最適生産体制構築と生産拠点施策について

・主力ブランドの製造集中化の取組みは継続する。デリ商品、エキス・一次加工品事業は業務用ラインを中心に製造ラインが重複している。生産性が大きく違うものもあり、ラインの統廃合を検討する。また、事業本部横断で国内製造体制を再構築するが、製造拠点だけでなく物流拠点も念頭に入れて行う。

Q3.食肉事業本部の構造改革について

・現在は各バリューチェーンが収益の最大化を目指した結果が全体の収益となっていた。今後は、各畜種毎にバリューチェーンを超えて収益の見える化を図っていく。フード事業は、各都市の規模に応じた販売体制にしていきたい。また、都市圏での外食・卸しへの販売強化に向け、首都圏で展開している外食専門の販売体制をその他の都市圏においても展開したいと考えている。

Q4.海外事業本部の成長戦略について

・加工品販売は日本国内での加工品製造の知見を活かすことで、北米、アセアン、中華圏等で競争優位性が生まれている。特に北米では競争が激化している市場においても数量拡大が進んでいる。価格改定も予定しており、来期以降は加工品販売の強化で更なる利益源の創出を図っていく。

② 価格改定について

Q5.加工事業本部の価格改定について

・価格改定は 2022 年 3 月期第 4 四半期での実施を予定している。原材料の高騰、副資材・電燃料の高騰・為替・輸入コストの上昇等全てを鑑みた上で価格改定を行っていく。

③ 来期の見通しについて

Q6.食肉事業本部の来期取組みについて

・生産部門は、飼料価格の高騰が影響するが生産指標の改善等を継続し収益を確保する。
販売部門は、今期減益となったフード事業が畜種・チャネルミックスの改善もあり収益が回復すると考えている。また、伸長しているブランド食肉の拡販や重点チャネルへの販売強化に向けた体制構築も進めていき、収益の確保とシェアアップの両立を図る。

Q7.海外事業本部における豪州事業の来期取組みについて

・豪州では、今期同様にブランド食肉の販売を強化していく。来期は処理頭数の回復でコモデティの出荷が増えることからブランド比率が一時的に下がると見込まれるが、処理頭数の回復は収益拡大に向け追い風である。ウルグアイの B P U 社も中国向けの輸出が正常化に向かうことで業績は回復すると見込んでいる。

Q8.来期の事業利益計画について

・現時点では、520 億円の計画を変更することは想定していない。加工事業本部の価格改定や生産性向上の施策、食肉事業本部の構造改革、球団の観客動員数の回復等、全社を挙げて様々な施策を行い達成させていきたい。

以上