

2019 年 3 月期 通期 決算説明会 質疑応答議事録

【概 要】

日 時 2019 年 5 月 23 日 (木) 9:00 ~ 9:50
場 所 兜町平和ビル 3 階 第 3 セミナールーム (中央区日本橋兜町 3-3)
登 壇 者 代表取締役会長兼社長 中津濱 健
代表取締役副社長 永野 章
出席者数 60 名

【質疑応答】

- Q 1 中国のアフリカ豚コレラの影響が海外の豚肉をはじめ、鶏肉、牛肉にも波及してきている中で、市況の状況と業績に与える影響について伺いたい。
- A 1 食肉の国際価格が高騰する中、日本国内での価格が着いていけない状況があり、仕入高の販売安となっているため輸入食肉に関して十分な利益を得ることはなかなか難しいと考えている。タイミングの良い仕入れを確実に行うこと、味付け、一次加工するなど付加価値をつけるなど行いながら、業績に寄与するように持っていきたい。
- なお、今期は好調に推移し、全品目の合計重量は計画比約 6%増で進捗している。
- Q 2 今期の会社計画の内訳として粗利増の見込、販管費増加の見込をどう見ているか
- A 2 前期の粗利益率が 8.7%程度と低迷したが、今期 9%に回復させる。販管比率は例年 7.3%程度であるが、これをキープしながら取扱量を拡大し、利益額の絶対額を増やして行く。
- Q 3 前期は物流費増に対してなかなか価格転嫁できず減益となったが、今期は価格転嫁していくと説明があった。なぜ今期から価格転嫁できるようになるのか。その根拠を知りたい。
- A 3 物流費高騰がお客様にも浸透し、売価転嫁にも理解いただける環境になってきたため。お客様に対しての交渉はすでに始めている。
- Q 4 強みであるローストビーフ、ハンバーグの製造を今期末までにフルキャパシティに持っていくとの説明があったが、食肉メーカーは調理加工品が伸びるとして強化している。フルキャパシティになる理由を知りたい。
- A 4 マーケットに沿った商品に注力するということはあるが、当社の販売スタイル・体制に合致しているのは消費者向けではなく業務用の商品である。業務用のローストビーフ、ハンバーグをお客様と一緒に規格し、マーケットインで販売していくことで達成したい。

以 上