

2019 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会 質疑応答議事録

【概 要】

日 時 平成 30 年 11 月 27 日（火） 9：00 ～ 9：45
場 所 日本証券アナリスト協会 第二セミナールーム
（東京都中央区日本橋兜町 3-3 兜町平和ビル 2F）
登 壇 者 代表取締役副社長 永野 章
出席者数 65 名

【質疑応答】

Q 1 競合状況およびスターゼンの強みと課題について。

A 1 食肉業界には中小の食肉仲卸業者を含め多くのプレイヤーがいたが、近年は大手ハムソーメーカーへの集約が進行している。

当社の強みは、自社で配達ができ、お客様のニーズをいち早く捉えてすぐに対応することが出来るという点と、長年食肉を取り扱ってきたノウハウにより、お客様のニーズに合わせた形の規格作りや鮮度管理が出来るという点。

課題は、これから先、生産者の意向をくみながらいかに消費とうまくマッチングさせていくかという点。

また、輸入食肉の国際的な需要の高まりによる輸入価格の高騰にどう対応するかという点。

Q 2 上期の収益低下における、調達・加工・製造・販売段階での利益圧迫の影響度について

A 2 調達が一番大きく影響を受け、特に国産牛の調達コスト高が利益を圧迫した。また、物流費の負担も大きかった。

Q 3 ハム・ソーセージの下期以降の価格転嫁について

A 3 ハム・ソーセージについては引き続き収益的に厳しい状況が続くと考える。

当社は、市販品とは別に業務用などお客様のニーズに合わせた形でハム・ソーセージを拡大していく。その中で製造利益をしっかりとあげていければと考えている。

Q 4 業界における、ハム・ソーセージ製造工場の再編・統廃合の展望について

A 4 ハム・ソーセージなどの加工品製造工場はいたるところにあり、今後 TPP、EPA により加工品の関税が下がることも考慮すると、国内のハム・ソーセージについては大手を含めた形で再編や統廃合といったことが起こる可能性はあると考える。

- Q 5 中期経営計画の営業利益 100 億円達成の見込みについて。
- A 5 あと 2 年後に 100 億の営業利益というのは、現状からはハードルが高いようにも思えるが、まずは低下した営業利益率をもとに戻すことから始める。物流費に関しても、非効率なルートや営業所間の商圈の重複等の無駄があるので、これを効率化することによって効果が上がるとみている。
- また、取り扱いの品目の中で利益率が高く、取扱量も順調に推移しているローストビーフ関係やハンバーグ等の販売を強化し、3 年間で 180 億円の投資も実行しつつ、営業利益 100 億を目指していく。
- Q 6 自社物流と他社に外注している物流の割合と物流費上昇の中での今後の方針について
- A 6 当社の物流については、産地から営業所への物流はほぼ 100%外部に委託しており、営業所からお客様へ届ける段階では自社物流を主体に行っている。
- 外部委託の物流では、ドライバー不足によるコスト増といった環境にある。
- 対策としては、定期便での配送を徹底し、突発的な配送を極力なくすことで余分な経費や台数を減らしてコスト削減をしていく。
- Q 7 業務用のハンバーグやローストビーフの実績について
- A 7 ハンバーグの販売量は前期比で 10%位伸長している。競争は激しいが、長年ハンバーグを製造し培った技術により品質について評価頂き、今期も順調に計画以上で進行している。ローストビーフについても好評を得ており、業務用マーケット中心に計画以上で進行している。
- Q 8 ハンバーグ新工場や浜中黒牛の収益にあたえる貢献度について
- A 8 ハンバーグの新工場は減価償却などがあり、プラスの効果にはしばらく時間がかかる。中期経営計画期間の最終年度には収益貢献をする見通し。
- 浜中黒牛については、出荷までには 2 年～2 年半かかり、生産頭数の規模拡大もこれからなので、中期計画期間中には目立った効果は表れないと考えている。

以上