

2016年3月期決算 決算説明会Q&A要旨

日本水産株式会社
経営企画IR室
広報IR課

- Q. 南米鮭鱒養殖事業について、赤潮被害の影響はどの程度か教えて頂きたい。
また、それに伴い鮭鱒市況価格はどうなったのか、足元の価格動向を教えてください。
- A. 赤潮被害の影響については約300万ドルの利益マイナスを見込んでいる。
市況については、指標となるチリ産銀鮭のプレミアム等級の価格がキロ単価で上昇している。これによって南米養殖事業で取り扱っているトラウトの市況も高騰している。また、赤潮被害に加えて、別の赤潮被害により地域漁民のストライキによる道路封鎖などもあり相場は高くなっている。しかし、相場が高くなっていることで値段が高くなり量販店での消費が落ちて在庫が増えてくると、必ず相場は下がってくると見ている。
- Q. 機能性表示食品の今後の売り上げ目標を教えてください。
- A. 実際に売り場に並ぶ時期は今年の秋頃と考える。現在発表しているアイテムで年間20億円を想定しているので、その半分の約10億円が今年の売り上げ規模の想定である。
- Q. 機能性表示食品について、今後の申請スケジュールなどについて教えてください。
- A. 中性脂肪に対する機能だけでなく、中性脂肪以外の機能にも挑戦していき、下期での届出受理を目指したい。
- Q. 2016年度の日本の食品事業の営業利益が5億円増益見込みとのことだが、その見込の要因について教えてください。
- A. 特定の会社での利益の伸長ということでは無く、国内グループ会社も含めて全体的に昨年実績に利益を上積みするということ考えている。
- Q. 原材料価格の動向について教えてください。

A. 昨年はすりみを中心に大きく価格が上がったが、今年は去年のように大きく原材料が上がる品目は認識していないので、原材料については前年並みで推移すると見ている。

Q. 今後リスクを取ってチャレンジして取り組む事業について教えて頂きたい。

A. 養殖事業とファイン事業に引き続きチャレンジしていく。養殖事業では、天然魚では出来ない通年での安定供給や一定の品質維持で大変高い評価を受けている黒瀬ぶりのような、早期採卵技術などに裏付けられた魚の差別化を他の魚種にも広げていきたい。同様の動きとして、現在、境港でサーモンとサバの養殖に取り組んでいる。サバのような大衆魚については短期養殖によって寄生虫のリスクが減ることで、早速引き合いが出ている。ファイン事業については、EPAの効能については引き続きエビデンスが出続けていることから、素晴らしい素材だと思っている。現在新工場の建設に着手しており、海外に向けた展開も視野に入れている。また、機能性表示食品にも関連して食品との連携など、あらゆる手段を講じてやっていきたい。

Q. 海外子会社のガバナンスについての取り組みとその課題について教えて頂きたい。

A. 昨年までに業績の悪い会社は整理を進め、既存の会社についてはさらに強くしていくことを考えている。今まで順調に業績が推移していただけに、北米のGorton'sについては現在一番気になっている。King&Princeのようにトップを変えた途端に業績が良くなったという例もあるので、そのような判断も含めて検討していきたい。

Q. 機能性表示食品の届出受理について、スムーズにいかなかった要因と、今後受理がスムーズにいくと考える理由について教えて頂きたい。

A. 今も届出受理に向けての手段については模索中と考えている。機能性表示食品では「病気の予防を想起させるようなことは言ってはいけない」ということがあり、今後は些細な言葉の違いに留意していく必要がある。

Q. 2016年度の年間計画の組み立て方（スケジュール含めて）について教えて頂きたい。

A. 年末から策定会議をはじめ、2月頃には概ね数字が固まる。集計した上で、

12月決算により1月から新年度を向かえる海外会社の状況や、ニッスイ個別での調整などを検討して策定している。

Q. 2016年度の南米養殖事業や北米食品事業の打ち手について、もう少し詳細にご説明頂きたい。

A. 南米養殖事業については、為替の影響や天然紅鮭の漁獲量、世界の各地域での需要の変化などにより価格が非常に左右されやすい。また、餌代や魚病リスクなど、事業環境をコントロールしていくことが難しい事業である。そのような中で、一つの例を挙げると、養殖成績の優良な養殖場の操業に集中することで収益を安定化していくことを行っている。北米食品事業について、**King&Prince**については、前年は主原料のエビが大変安く調達できたことで利益を確保したが、今年は販売価格の下げ調整を受け入れざるを得ないことを見込んでいる。しかし、安定した利益を生む体制にはなりつつあると考えている。**Gorton's**については、新商品を出せず、水産調理冷凍食品というカテゴリーそのものが縮小していく中で、トップブランドとしての強みが中々発揮できていない。かつての輝きを取り戻すためにどのように抜本的な打ち手を打つべきかという議論を現在行っているところである。

以上