

2015年3月期第3四半期決算 電話会議Q&A要旨

日本水産株式会社
経営企画IR室
広報IR課

Q. シンガポールの貸倒引当金について

- ① シンガポールの貸倒引当金はいくら位なのか？
- ② ビジネス・スキームは、シンガポールの子会社から魚を中国へ輸出していたということか？
- ③ シンガポールから中国向けの売上は大きいのか？
- ④ 今後のリスクをどう考えれば良いのか？

A. ①今般貸倒引当金として計上したのは約11億円である。

②シンガポールは元々現地で調達をして日本に持ってくるというのがミッションだったが、昨今は、例えば南米の当社グループで生産している魚を東南アジア地域で販売したり、シンガポール独自で調達したものを中国で加工して第三者に販売する、といったビジネスを行っている。

今般中国の1社に向けて販売したものが、当該会社の資金繰りが厳しくなったということで回収懸念が出てきたため、引当てをせざるを得なかった。

- ③ シンガポールから中国向けの売上は、今般引当てした1社以外も含め20億～30億位である。
- ④ 当該会社との取引は停止しているが、今回全額引き当てたわけではないので、今回の11億に上積みされる可能性はある。

Q. ファイン事業については、年間で31億の減益を第2四半期で予想しているのに対して、第3四半期の累計では21億の減益となっているが、予想通りの減益幅となっているのか？

A. 第2四半期で公表した計画に対しては、それほど大きく変わる要素はない。ニッスイ単体では研究開発費が当初見込みより少なくなる可能性もある。なお、第3四半期の減益幅が大きくなっているのは、医薬原料で上期に納入した数量以上に販売が落ちており、その落ちた分を第3四半期で調整したためである。

Q. これまでトレンドとしては計画よりもやや強めの損益推移でこれまで来ているが、第4四半期は去年が23億ぐらいの利益だったので、前年並みに行

ければ営業利益 190 億といった数字になるが、上振れペースで来ているという理解で良いのか。

A. 前年並みの営業利益の確保は難しいかもしれない。前年比ではニッスイ個別を減益と見込んでいる。水産事業については、魚価は下がると見ており、食品事業については、為替の影響が大きい。為替の対応については、値上げをお願いしているが、値上げの効果は来期に出てくるような状況である。また、ファイン事業についても引き続き厳しい状況が続くと見ている。

Q. 第 4 四半期でニッスイ個別が悪いとしても、海外は好調ではないのか。前年比で悪くなるような要素はあるのか。

A. 南米の鮭鱒養殖事業での在池魚評価については、魚価が下がる傾向にあり、評価額が第 3 四半期末の評価額よりも下がる可能性がある。

Q. ファイン事業について、やはりジェネリックが出てきて、数量でかなりマイナスになっている部分があると思う。来期に向けても基本的にはこの数量減が数%はあると見ておいた方がいいのか。医薬原料は、基本的に来期もある程度減益にならざるを得ないのか。また、医薬原料の納入先は増やすことはできないのか。

A. ジェネリックの伸長により、今年度は数量ベースで約 15%減少し、事業に大きく影響を与えた。この EPA の医薬品は 1990 年に承認をとって、もう 24 年たっているが、グロスでまだ大きくなっている薬であり、今年もおそらく EPA というカテゴリで見ると 106%程度になっている。当社としては、ジェネリックによる数量減少があるとしても、EPA のカテゴリ自体を拡大することでカバーしていくことに取り組んでいきたい。自前でできることは当然のことながらコスト削減なので、それに向かって進んでいく。また、医薬原料の納入先を増やすことは現状ではできない。

Q. ヨーロッパとアメリカの食品事業の会社について、中期的な実質ベースの状況、ポテンシャルを伺いたい。現地通貨ベースで大体年平均で何%ぐらい、トップラインが上がるポテンシャルが出てきているのか。また、ヨーロッパは 1-3 Q 累計で営業利益率が 9%ぐらいまで来ており、アメリカは 2.5%ぐらいまで累計で来ているが、営業利益率は今後どういう改善のポテンシャルがあるのか教えてほしい。

A. ヨーロッパでは冷凍食品よりもチルド食品が伸びており、自前の工場だけ

ではなく、他社の買収や、加工設備、加工能力の増強などに取り組みながら数量的にも伸ばしており、期待ができるかと思う。

北米については、家庭用冷凍食品会社は、売上ベースでは減っており、いわゆるコア商品（ボリュームの大きいパン粉づけの商品）とノンコア商品があるなか、昨年度大苦戦したのは、本来利益商材であったコア商品の対応がやや疎かになって、他社に食われてしまった。その反省から、コア商品にまた集中しながら手取りをふやしてきたのが、今年度だった。狙いどおり利益面では確保できたが、一方で今度はノンコアのところが減ってきている。やや商品開発力が不足している面はあるが、長い伝統とブランド力で利益は確保している。

業務用冷凍食品会社は一昨年大苦戦しており、昨年度少しプラスに転じるかと思ったら、主要原料であるえび価格の高騰もあり、昨年度は黒字にできなかった。しかし、今期は特に大手のカジュアルレストラン向けの商売が好調で、数量もドルベースの売り上げも伸びている。また、アメリカのレストランにお客様が足を運ぶ回数も、アメリカの景気回復に合わせて回復している。したがって、業務用の冷凍食品の製造販売会社については、少し期待できると思っている。

以上