

Q1:上期の食肉販売の各畜種毎の動向と下期の見込みについて

(豚肉) 上期の国内相場は高く、固定価格での販売先もあり厳しい環境だったが、下期に入ってから相場も下がり、年間では予定通りとみている。輸入は、円安の影響で仕入コストが上昇したが、ある程度価格転嫁も進み昨年より収益が改善。また、カナダのハイレイフポークは数量が拡大している。

(牛肉) 消費者の節約志向もあって、牛から豚や鶏への消費のシフトが進んでいる。米国の相場高の影響で、豪州産の引き合いが強まっており、当社は従来より重点的に豪州産を取り組んでいるため数量拡大が期待できる。

(鶏肉) 国内は相場高、輸入はタイ産の引き合いが強まり、数量、収益共に増加した。

Q2:国内豚相場が、上期に上がり、下期に下がっている要因について

上期は、飼料価格が依然高い水準であったことに加え、猛暑の影響も受け、出荷量が減り相場が上昇した。下期は、出荷頭数、生体重量が順調に推移し相場が下がっている。

Q3:加工食品事業部門のコストアップと価格改定、また来期の見通しについて

当社は、PB商品の構成比が相当比率あり、価格改定に時間がかかるなど値上げが難しいところもあるが、家庭用主要商品ではSCIデータをみても価格改定が確実に進んでいる。他社比較は推測になるが、加工食品や市場が回復している業務用、外食向け商品のウエイトが当社は低くこの違いはあると考えている。その一方、営業利益額は7割程度回復している。

下期以降も、為替が円高に変わることは考えにくく、調達コストが高い厳しい事業環境が継続するとみている。10月から4回目の価格改定を行っているが、今後も消費者ニーズに合わせた新商品開発に取り組んでいく。また為替の予約の方法も工夫していきたい。

Q4:中長期的に目指す営業利益水準

食肉セグメントの利益水準は低く、中長期で3~4%に上げて他社並みを目指しているが、ある程度時間がかかる。全般的により利益率の高い加工食品は、生産性向上を引き続き行い、コスト上昇に対応した商売を進めながら、香薫のように利益率が高く生産量の多い商品を増やし、利益率を早期に上げていく。

以上