

# 2020年3月期 決算説明会資料

(2871)  
株式会社ニチレイ



グループコミュニケーション部 | IRグループ  
URL : <https://www.nichirei.co.jp/ir>

＜中期経営計画の進捗＞		＜低温物流事業＞	
経営戦略の進捗	1	今期は減益見込となるが、全体として中計通り進捗	15
2020/3期実績	2	国内・海外（欧州）の状況と施策	16
ニチレイの目指す姿	3	冷凍食品メーカーの物流課題に対応し、3PL事業を拡大	17
新型コロナ下における当社の状況（1）	4	業務革新の取組みを継続し、効率化を進める	18
新型コロナ下における当社の状況（2）	5		
2021/3期の施策（グループ全体）	6~7	＜水産・畜産事業＞	
2021/3期の施策（設備投資・財務戦略）	8	水産・畜産は安定利益の獲得に向けた施策を着実に実行	19
2021/3期業績予想（グループ全体）	9	＜参考資料＞	
2021/3期業績予想（セグメント別）	10	営業利益の増減要因(20/3 - 21/3)	20
		営業外収支・特別損益の変動要因	21
＜加工食品事業＞		各中計期間の業績の推移など	22~25
マーケット環境の見通し	11		
変化する市場へ迅速に対応し増収・増益を確保	12		
既存事業の継続成長と将来に向けた取組みを推進	13~14		

## （注）

1. 当資料のグラフ・表などで表示されている数値は、別途断り書きがある場合を除き、金額単位表示未満は四捨五入し、一部で端数調整のため切り上げ・切り捨てを行っている。
2. 資料中にある「新型コロナ」とは、「新型コロナウイルス感染症の拡大」のことをいう。

## 【2020/3期】

(中計の主な施策)	(進捗)
事業構造の変革による収益力の向上	主力事業の加工食品と低温物流が売上げ・利益をけん引
持続的成長への資源配分	成長投資や基盤強化投資は計画比でやや遅れ
海外事業の規模拡大	米国や欧州は堅調だが規模拡大のスピードアップが課題
資本効率の向上と株主還元の実現	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 増配を継続し配当性向も向上</li><li>・ ROEは10%以上を維持</li></ul>

- 加工食品は家庭用の販売が好調に推移、保管やTC（通過型センター）など低温物流も安定拡大を継続し、営業利益は5%の増益
- 設備更新に伴う固定資産除却損の増加などにより純利益は前期を下回る

(単位：億円)		2020年3月期				
		実績	前年同期間比		前回見込比	
			増減	率	前回見込	増減
加工食品	2,348	82	4%	2,350	-2	
水産	658	-55	-8%	660	-2	
畜産	883	-27	-3%	880	3	
低温物流	2,065	54	3%	2,065	0	
不動産	50	2	4%	47	3	
その他	57	-1	-2%	60	-3	
調整額	-212	-8	-	-212	0	
<b>売上高合計</b>	<b>5,849</b>	47	1%	5,850	-1	
加工食品	167	21	15%	165	2	
水産	4	3	143%	4	0	
畜産	9	-5	-38%	9	0	
低温物流	118	4	4%	118	0	
不動産	20	-1	-5%	20	0	
その他	-3	-6	-	-3	0	
調整額	-6	-0	-	-8	2	
<b>営業利益合計</b>	<b>310</b>	15	5%	305	5	
<b>経常利益</b>	<b>318</b>	19	6%	305	13	
<b>当期純利益</b>	<b>196</b>	-3	-2%	200	-4	

## <グループビジョン>

私たちは地球の恵みを活かしたものづくりと、  
卓越した物流サービスを通じて、  
豊かな食生活と健康を支えつづけます。

<2030年のありたい姿>  
イノベーションの推進により、  
お客様および社会の課題を解決する  
新たな価値を創造し、人々の豊かな  
食生活と健康に貢献している。

# 新型コロナウイルス下における当社の状況（1）

- ▶ 従業員の安全を確保したうえで、食品工場や物流センターは通常通り稼働
- ▶ 環境は厳しいが、冷凍食品需要は旺盛で、安定した物量のある低温物流と合わせて成長戦略を推進

事業	足元の状況	今後の見通し
加工食品	家庭用は需要が拡大、業務用は惣菜向けは微減、外食向けは減少	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 当面は内食化・中食化が続き、生協などの宅配やeコマースも強い伸び</li><li>・ 一時的に業態毎の需要は変化するが、中期的には食の外部化や人手不足に対応した商品のニーズは高い</li><li>・ 冷凍食品や畜肉の需要増加により、低温物流も堅調に推移する見通し</li></ul>
低温物流	保管は概ね堅調、T Cは取扱いが拡大、海外は荷動きが鈍化	
水産	外食向けの加工品や海外販売が減少	
畜産	内食需要を取り込み鶏肉が好調	
(共通)	食品工場や物流センターは通常通り稼働	

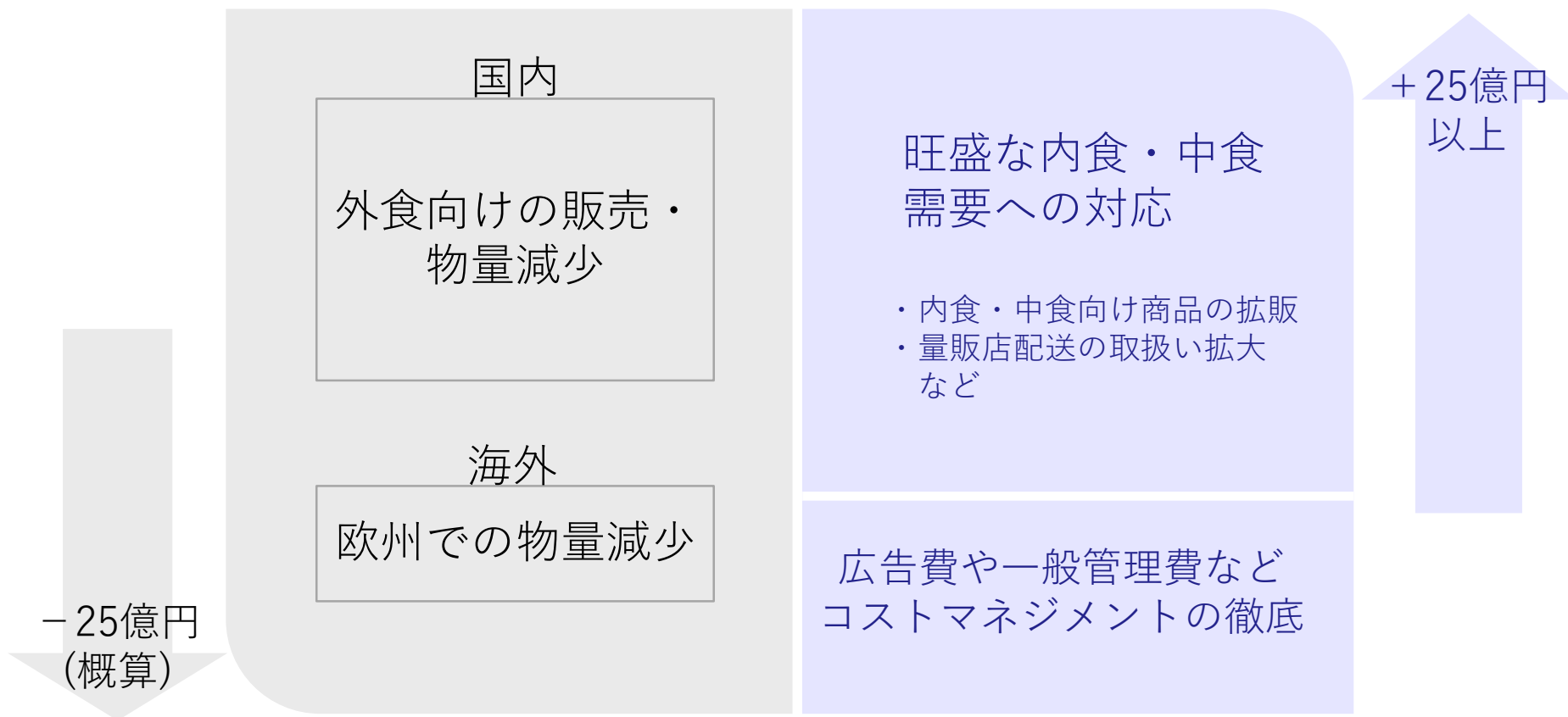
(注) 資料中にある「新型コロナ」とは、「新型コロナウイルス感染症拡大」のことをいう

# 新型コロナ下における当社の状況（2）

▶ 新型コロナのマイナス影響はあるが、増収やコストマネジメントでカバー

## <新型コロナによる利益影響>

## <カバー施策>



※ 新型コロナの影響は第2四半期まで続くと想定

## 2021/3期の施策（グループ全体）

- (1) 新型コロナ影響による環境変化に迅速に対応するとともに、事業基盤を強化し中計最終年度への道筋をつける

(事業)	(主な施策)
加工食品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業務用を中心に新型コロナ影響を受けるが、家庭用の拡販や商品ミックスの改善などにより収益を確保</li> <li>・「個食」や「健康」を軸とした新たな付加価値商品の開発</li> <li>・国内／海外における生産体制の整備・拡充</li> </ul>
低温物流	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナ下での効果的な拠点活用と円滑な業務遂行</li> <li>・名古屋や横浜での大型冷蔵倉庫の早期安定稼働</li> <li>・欧州での環境変化に対応した成長投資の実施</li> </ul>
水産	持続可能な資源調達と採算性向上を両立させる事業モデルの構築
畜産	調達・販売の適正化による国産チキンの利益回復
(調整額)	全社共通の施策を推進するとともにコストマネジメントを徹底



## （2）新たな顧客価値の創造と、社会課題の解決に向けた施策に取り組む

(項目)	(主な施策)
新規領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人の「食意識」や「気分」などから「食嗜好」をAIが分析し、好みに合ったメニュー提案をするプログラム「conomeal（このみる）」の展開</li> <li>・健康志向への対応として、『発芽大豆』を使用した商品の共同研究開発を推進</li> </ul>
研究開発	グループ内の事業開発・研究開発機能を連携し、イノベーション体制（IMS*）を構築 *Innovation Management System(ISO56002)
ESG関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「2030年の姿」の実現に向けたステップとして、重要事項（マテリアリティ）の特定と長期環境目標を制定</li> <li>・持続可能なサプライチェーンの構築や、環境負荷低減に向けた取り組みを継続</li> </ul>

### 【環境負荷低減の取り組み事例】

（グリーン電力の購入）



100%自然エネルギーで作られている製品です。

（バイオマスインキ・トレイの使用）

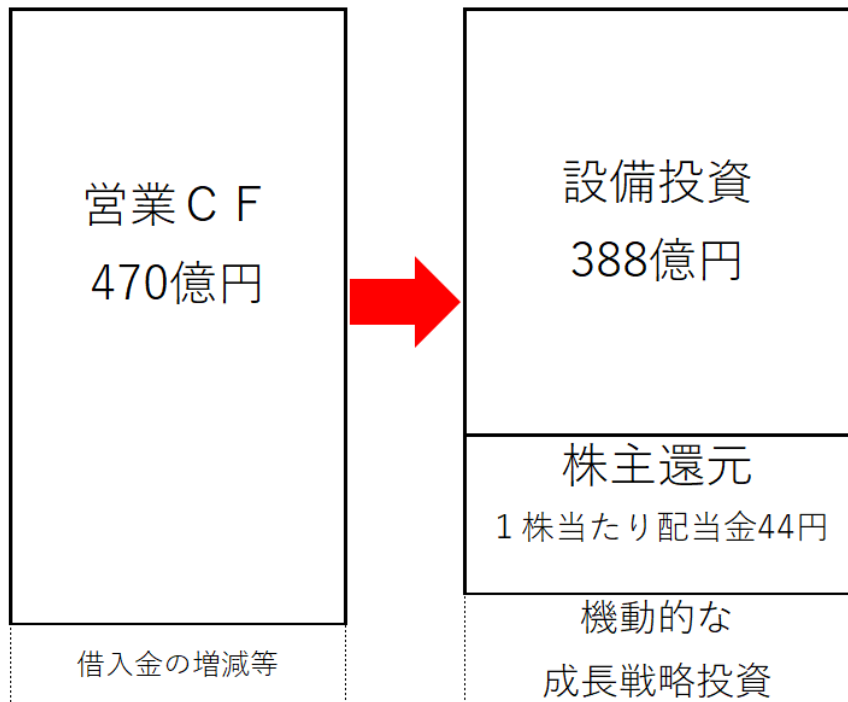


バイオマス  
使用部位：インキの一部  
No.000000  
インキとトレイに植物由来原料を使用

## 2021/3期の施策（設備投資・財務戦略）

- (1) 将来の競争力強化に向け、計画より遅れている成長投資や基盤強化への投資を着実に実施（総額388億円）
- (2) 配当金は2円増配し年間で44円を予定、配当性向は29.3%に

## ■営業キャッシュ・フローの配分（見込）



## ■設備投資の内容

今期見込	主な投資内容
加工食品 173億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米飯ライン増強</li> <li>・GFPTニチレイ第二工場増設</li> <li>・スラポンニチレイ生産ライン増強</li> <li>・食肉加工品や春巻ラインの増強</li> </ul>
低温物流 173億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・名古屋みなとDC新設</li> <li>・本牧地区DC新設(建替え)</li> <li>・オランダ冷蔵倉庫増設</li> </ul>
グループ合計388億円	

## 【経営数値】

（単位：億円）	2020/3期 （実績）	2021/3期 （見込）	増減額	増減率 （%）
売上高	5,849	5,900	51	1%
営業利益	310	315	5	1%
営業利益率	5.3%	5.3%	0pt	—
当期純利益	196	200	4	2%
EBITDA*	494	513	19	4%
EPS	147.16円	150.12円		
ROE	10.9%	10%以上		

\*EBITDA：営業利益＋減価償却費（リース含む）

# 2021/3期業績予想（セグメント別）

➤ 主力の加工食品や低温物流を中心に、営業利益は中計の計画線上をめざす

(単位：億円)	2021年3月期		
	見込	前年同期間比	
		増減	率
加工食品	2,380	32	1%
水産	630	-28	-4%
畜産	910	27	3%
低温物流	2,095	30	1%
不動産	46	-4	-7%
その他	63	6	11%
調整額	-224	-12	-
<b>売上高合計</b>	<b>5,900</b>	<b>51</b>	<b>1%</b>
加工食品	170	3	2%
水産	4	-0	-10%
畜産	13	4	44%
低温物流	116	-2	-2%
不動産	19	-1	-4%
その他	1	4	-
調整額	-8	-2	-
<b>営業利益合計</b>	<b>315</b>	<b>5</b>	<b>1%</b>
<b>経常利益</b>	<b>315</b>	<b>-3</b>	<b>-1%</b>
<b>当期純利益</b>	<b>200</b>	<b>4</b>	<b>2%</b>

為替レート	2021年3月期	2020年3月期
	見込	実績
米ドル/円	107.00	109.06
ユーロ/円	115.00	122.08
パーツ/円	3.50	3.52

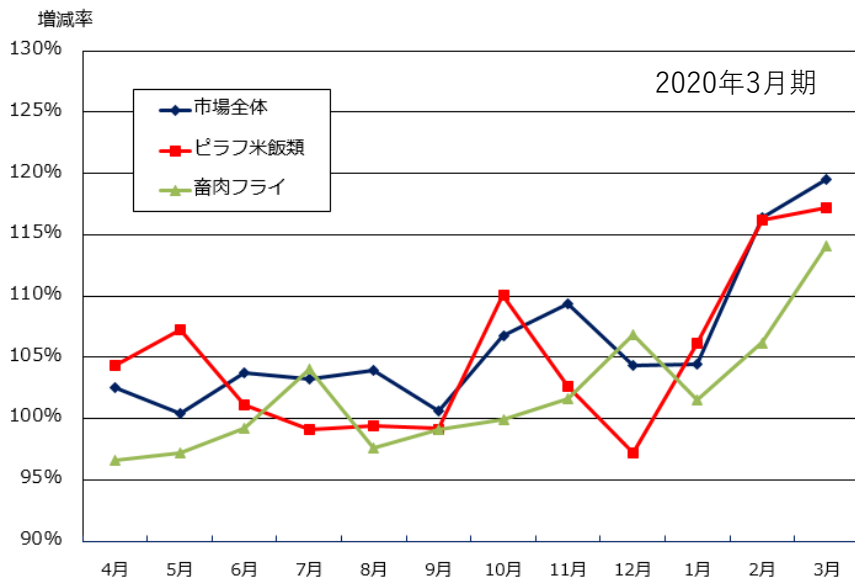
# 加工食品事業



# マーケット環境の見通し

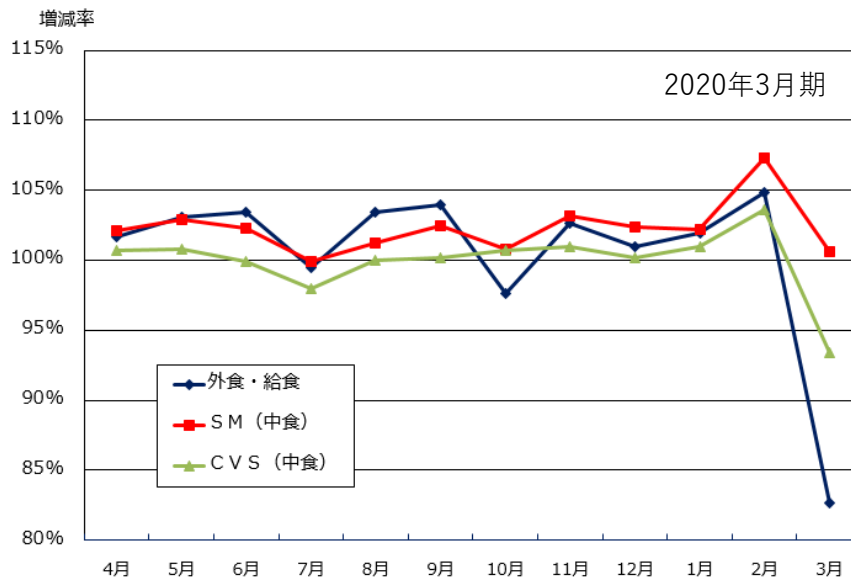
- 家庭用調理品は需要が拡大する一方、業務用は、スーパー向け惣菜は堅調だがCVSは微減、外食・給食向けは厳しい状況が続く
- 中期的には、食の外部化の進展や人手不足の深刻化などにより、惣菜や外食向けの需要は回復傾向へ
- 買い場の変化により、eコマースや宅配事業は更なる成長が見込まれる

【SCI 家庭用調理冷凍食品 100人当たり  
購入金額の前年同月比推移】



出典：インテージSCI（冷凍調理 100人当たり購入金額の前年同月比。購入ルート＝生協店舗を含む）

【業務用市場 業態別前年同月比推移】



出典：日本フードサービス協会、全国スーパーマーケット協会、日本フランチャイズチェーン協会のデータを当社で加工

# 変化する市場へ迅速に対応し増収・増益を確保

(単位：億円)		2020年3月期			2021年3月期		
		実績	前年同期間比		見込	前年同期間比	
			増減	率		増減	率
加工食品	売上高 計	2,348	82	4%	2,380	32	1%
	家庭用調理品	648	45	8%	715	67	10%
	業務用調理品	995	12	1%	945	-50	-5%
	農産加工品	198	5	3%	202	4	2%
	海外	348	22	7%	358	10	3%
	その他	158	-2	-1%	160	2	1%
	営業利益	167	21	15%	170	3	2%


## 【2020年3月期実績】

1. 家庭用調理品は、積極的なプロモーションを実施した「本格炒め炒飯」や「特から」などの主力商品がけん引し増収
2. 営業利益は、売上げ拡大や関係会社の業績改善などにより増益

## 【2021年3月期見込】

1. 業務用は全般的に厳しい状況が見込まれるが、需要が拡大する家庭用市場に対応することで、調理品トータルでは増収を見込む
2. 営業利益は、新型コロナウイルスの影響を、商品ミックスやコスト低減などにより吸収し増益を確保


## (1) 国内での収益力向上と海外展開の加速

	戦略	施策
国内	拡大する内食・中食需要へ対応した国内外の生産基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 米飯類のアイテム集約や生産ライン増強により、能力の拡大と効率的な生産体制を構築（船橋工場既存ラインの増強）</li> <li>・ 「特から」生産ライン増強（タイ）</li> <li>・ 需要の高まる「食卓おかず」や「個食」向けに対応した商品を展開</li> </ul>
	多様化するニーズに合わせた業務用拡販策の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ G F N 第二工場稼働により、コスト競争力のあるチキン加工品を開発し、中食向けに拡販</li> <li>・ 品質・技術の差別化によるハンバーグなどの食肉加工品や春巻類の強化</li> </ul> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <div style="margin-left: 20px; border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>G F N 第二工場 総投資額約 40 億円</p> </div> </div>
海外	米国での成長加速に向けた基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アジアン冷凍食品の既存品や新商品投入による拡販</li> <li>・ 販売拡大に対応したOEMでの商品調達力増強と、生産機能の保有検討を継続</li> </ul>



# 既存事業の継続成長と将来に向けた取組みを推進

## (2) 新たな価値創造への取組みを推進

戦略	施策	
成長業態へのアクセス強化	「ウエルライフ事業」の新設 生協宅配への対応力強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チキン加工品など既存商品の拡販</li> <li>・「健康」や「キット商品」などニーズに合致した商品開発の推進</li> </ul>
	E C ビジネスの拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自社サイトの改善やSNSの展開などにより優良顧客を獲得</li> <li>・大手通販サイトとの協業・商品開発</li> </ul>
新たな需要の創出	出資したDAIZ社との共同研究・開発を推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・動物性たんぱく質の代替として大豆を活用</li> <li>・『発芽大豆』をベースとした代替肉商品の開発・商品化 (発芽大豆ビーフパティ、メンチ、カツ等)</li> </ul> <div data-bbox="1516 1039 1796 1263" data-label="Image">  <p data-bbox="1564 1206 1748 1249">イメージ</p> </div>

# 低温物流事業



名古屋みなと物流センター



本牧物流センター（仮称）※完成予想図



選ばれつつける仕事。

# 今期は減益見込となるが、全体として中計通り進捗

(単位：億円)		2020年3月期			2021年3月期		
		実績	前年同期間比		見込	前年同期間比	
			増減	率		増減	率
低温物流	売上高計	2,065	54	3%	2,095	30	1%
	国内小計	1,654	62	4%	1,709	55	3%
	物流ネットワーク	1,009	72	8%	967	-42	-4%
	地域保管	645	-10	-2%	742	97	15%
	海外	376	-8	-2%	344	-32	-8%
	その他・共通	36	0	0%	42	6	18%
	営業利益計	118	4	4%	116	-2	-2%
	国内小計	109	6	5%	112	3	2%
	物流ネットワーク	41	3	7%	42	0	0%
	地域保管	67	3	5%	70	3	4%
海外	12	0	1%	9	-3	-27%	
その他・共通	-3	-1	-	-5	-2	-	

(注) 一部の拠点を、2020/3期は地域保管→物流ネットワークへ、2021/3期は物流ネットワーク→地域保管へ移管している  
移管による影響額 (売上高：億円)

(期)	20/3	21/3
物流ネットワーク	+25	-90
地域保管	-25	+90

## 【2020年3月期実績】

### 1. 国内

- ①在庫が高水準で推移したことやTCが好調に推移し増収
- ②コスト上昇が続くなか、増収効果や業務改善などで吸収し増益

### 2. 海外

欧州ではクロスボーダー輸送や量販店向けは堅調だが、ユーロ安による為替換算影響により減収

## 【2021年3月期見込】

### 1. 国内

- ①地域保管の既存センターは堅調に推移、TCも好調を持続し増収の見込み
- ②新設センター稼働に伴う初期費用はあるが、集荷増や業務改善でカバーし増益を確保

### 2. 海外

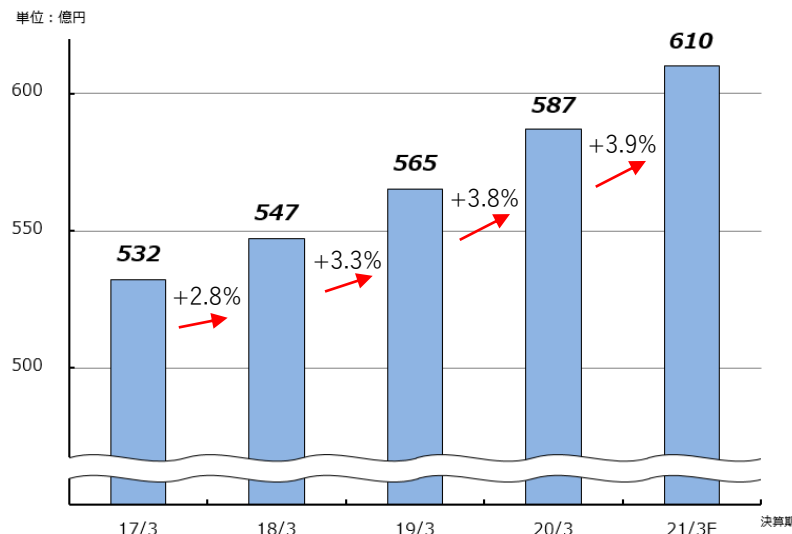
欧州では、オランダやフランスを中心に新型コロナ影響が響き減収・減益となる見通し

# 国内・海外（欧州）の状況と施策

## （1）国内

- ①業務用商材の荷動き鈍化により大都市圏の庫腹不足に拍車がかかるなか、新規稼働の名古屋や地方DCの活用など分散集荷を積極展開
- ②TC事業は、国内36箇所ある拠点において、内食・中食需要の高まりから量販店の取扱い物量が増加
- ③3PLでは、冷凍食品物流のプラットフォームを構築し、物流課題の解決に取り組む
- ④構造的な人手不足への対応としてデジタル化を推進するとともに、適正料金収受の取り組みを継続

【TC事業売上高の推移】



【欧州各拠点の内容】

	主な事業内容
オランダ	畜肉や乳製品・果汁などの通関・保管・輸配送
ドイツ	運送・フォワーディング、量販店向けの配送
フランス	外食店向けの保管・配送
ポーランド	量販店向けの保管・配送
イギリス	通関

## （2）海外

- ①オランダでは通関需要が減少、フランスでは外食向けの運送が大幅に低下、一方、ドイツやポーランドでは量販店向けの物量増加により、売上げ拡大を見込む
- ②厳しい状況が続くなか、取扱い貨物の多様化を図るとともに、環境変化に対応した成長戦略を推進

# 冷凍食品メーカーの物流課題に対応し、3PL事業を拡大

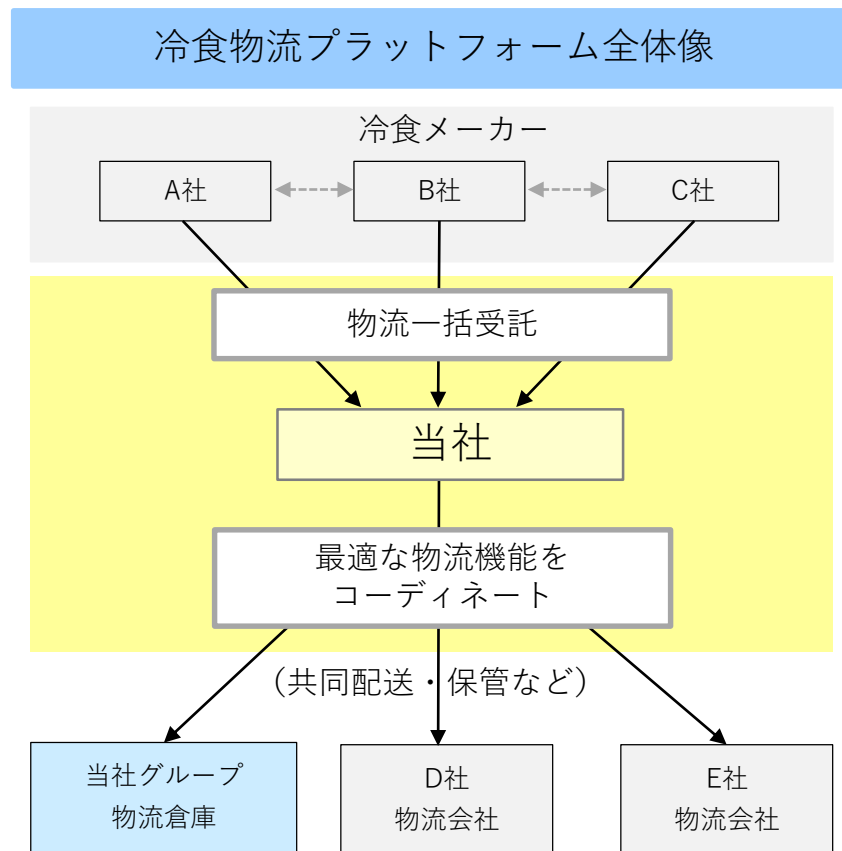
- (1) 冷食物流では、業務の複雑化・煩雑化が増すなかで、労働力不足に加え、保管拠点や車両不足が顕在化
- (2) 冷食物流のプラットフォームを構築し、各メーカー個社ごとでは解決できない課題に対応

## 【冷食メーカーの物流を一括受託】

- ・当社が窓口となり、複数メーカーから物流業務を受託
- ・保管や入出庫も含めた情報を一元化し、物流課題を分析・共有化

## 【最適な物流機能をコーディネート】


- ・配送や倉庫内業務の共同化、アセットや付帯サービスの提供など、顧客視点でのトータル物流機能を構築
- ・自社に加え他社拠点も含めた物流機能を安定的に提供し、人手やアセット・車両不足へ対応



# 業務革新の取組みを継続し、効率化を進める

## (1) 可視化・集積したデータを活用した効率化を進める

**庫内作業のデジタル化**



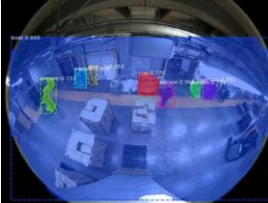
タブレット端末  
50拠点導入済  
(導入進捗率60%)

---


**省人化・省力化**

RPAによる事務作業時間  
約9万時間置換  
(付加価値創出時間進捗率50%)

**庫内情報のデジタル化**



<AIによる物体認識①>  
カメラ画像からパレット  
やフォークリフト、  
人員数など庫内の  
状況を把握しデータ化



<AIによる物体認識②>  
貨物の情報を把握し、  
データ化

**集積したデータ活用による効率化**

- あらゆる情報を可視化・集積
- 集積したデータをもとに作業を効率化・最適化

## (2) 新設センターでは業務革新のモデルセンターとして効率化を推進

### 【名古屋みなとDC】



総投資額：102億円 (内 土地17億円)  
設備能力：37,294t  
(F級冷蔵庫 30,892t、低温室6,402t)

導入した技術	効果
タブレット端末 (低温度帯仕様)	省力化
パレット・ケース自動車	入出庫作業の効率化
電動移動式ラック	
バス予約 (トラック予約) システム	
高速ソーター	仕分作業の効率化

- 既存のDCと比較して作業効率の20%アップを見込む
- 実証される省人化の取組みを全国の拠点へ展開

# 水産・畜産事業

# 水産・畜産は安定利益の獲得に向けた施策を着実に実行

(単位：億円)		2020年3月期			2021年3月期		
		実績	前年同期間比		見込	前年同期間比	
			増減	率		増減	率
水産	売上高	658	-55	-8%	630	-28	-4%
	営業利益	4	3	143%	4	-0	-10%
畜産	売上高	883	-27	-3%	910	27	3%
	営業利益	9	-5	-38%	13	4	44%

1. 水産は、国内の外食向けや、海外販売は厳しい状況が続くが、採算性重視の調達・販売やコストコントロールを徹底し利益確保を図る
2. 畜産は、拡大する内食需要を着実に取り込むとともに、生協やコンビニエンスストアなどの中食向けに加工品の販売を強化し、増収・増益をめざす



# 参考資料

---

# 営業利益の増減要因 (20/3 - 21/3)

## < 加工食品事業 >

単位：億円

<b>19/3期 営業利益</b>	<b>146</b>
<b>増益要因</b>	<b>35</b>
増収効果	19
原材料・仕入コストの増減 (為替影響含む)	1
生産性改善	6
関係会社の業績影響額	9
<b>減益要因</b>	<b>-14</b>
減価償却費増	-2
広告宣伝費の増減	-8
その他	-4
<b>20/3期 営業利益</b>	<b>167</b>
<b>増益要因</b>	<b>8</b>
増収効果	5
生産性改善 (商品ミックスを含む)	3
関係会社の業績影響額	0
<b>減益要因</b>	<b>-5</b>
原材料・仕入コストの増減 (為替影響含む)	-1
減価償却費増	-6
広告宣伝費の増減	2
<b>21/3期 営業利益見込</b>	<b>170</b>

## < 低温物流事業 >

単位：億円

<b>19/3期 営業利益</b>	<b>114</b>
<b>増益要因</b>	<b>15</b>
集荷増による業績影響額	5
業務改善効果	5
運送効率化	2
その他	3
<b>減益要因</b>	<b>-11</b>
輸配送コスト増 (純額)	-3
作業委託コスト増 (純額)	-3
電力コスト増 (純額)	-2
新設拠点稼働の費用等	-1
その他	-2
<b>20/3期 営業利益</b>	<b>118</b>
<b>増益要因</b>	<b>16</b>
集荷増による業績影響額	8
業務改善効果	6
運送効率化	2
<b>減益要因</b>	<b>-18</b>
輸配送コスト増 (純額)	-1
作業委託コスト増 (純額)	-3
新設拠点稼働の費用等	-11
その他	-3
<b>21/3期 営業利益見込</b>	<b>116</b>

## 営業外収支・特別損益の変動要因

単位：億円（未満切り捨て）

プラス表示は利益を示す	2020年3月期		2021年3月期	
	実績	前期比	見込	前期比
<b>【営業外収支】</b>	7	3	0	△7
（主要項目）				
金融収支	1	1	△1	△2
持分法による投資損益	3	△0	1	△2
<b>【特別損益】</b>	△19	△16	△15	4
（主要項目）				
固定資産売却益	0	△1	0	△0
投資有価証券売却益	4	△4	-	△4
固定資産売却損・除却損	△16	△5	△11	4
減損損失	△4	△4	-	4

# 各中計期間の業績の推移

単位：億円

	energy 2012 (10-12年度)			RISING 2015 (13-15年度)			POWER UP 2018 (16-18年度)			WeWill 2021 (19-21年度)		
	11/3	12/3	13/3	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3E	22/3P※
加工食品事業	1,619	1,742	1,616	1,807	1,939	1,992	2,050	2,207	2,266	2,348	2,380	2,630
水産事業	668	657	637	686	687	688	694	715	712	658	630	750
畜産事業	783	756	755	801	895	920	881	904	911	883	910	1,030
低温物流事業	1,394	1,495	1,564	1,684	1,783	1,849	1,869	1,951	2,010	2,065	2,095	2,270
不動産事業	66	49	47	50	47	46	46	49	48	50	46	45
その他の事業	62	60	58	37	44	52	45	53	58	57	63	80
調整額	△ 215	△ 210	△ 200	△ 191	△ 196	△ 194	△ 189	△ 199	△ 204	△ 212	△ 224	△ 235
<b>売上高合計</b>	<b>4,378</b>	<b>4,549</b>	<b>4,477</b>	<b>4,874</b>	<b>5,200</b>	<b>5,354</b>	<b>5,397</b>	<b>5,680</b>	<b>5,801</b>	<b>5,849</b>	<b>5,900</b>	<b>6,570</b>
加工食品事業	46	52	60	34	54	80	139	146	146	167	170	187
水産事業	6	2	1	4	2	7	8	3	2	4	4	8
畜産事業	4	5	5	1	4	4	16	13	15	9	13	18
低温物流事業	73	74	86	89	87	100	106	113	114	118	116	127
不動産事業	36	24	23	24	21	22	21	22	21	20	19	18
その他の事業	4	5	4	4	6	9	6	8	3	△ 3	1	6
調整額	△ 2	0	0	1	0	△ 5	△ 3	△ 5	△ 6	△ 6	△ 8	△ 14
<b>営業利益合計</b>	<b>167</b>	<b>162</b>	<b>179</b>	<b>158</b>	<b>174</b>	<b>216</b>	<b>293</b>	<b>299</b>	<b>295</b>	<b>310</b>	<b>315</b>	<b>350</b>
<b>経常利益</b>	<b>161</b>	<b>153</b>	<b>172</b>	<b>144</b>	<b>169</b>	<b>214</b>	<b>291</b>	<b>307</b>	<b>299</b>	<b>318</b>	<b>315</b>	<b>352</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>40</b>	<b>79</b>	<b>98</b>	<b>89</b>	<b>95</b>	<b>135</b>	<b>188</b>	<b>191</b>	<b>199</b>	<b>196</b>	<b>200</b>	<b>220</b>
<b>総資産</b>	<b>2,846</b>	<b>2,905</b>	<b>2,979</b>	<b>3,185</b>	<b>3,420</b>	<b>3,385</b>	<b>3,462</b>	<b>3,673</b>	<b>3,773</b>	<b>3,900</b>		
<b>設備投資等（リース資産を含む）</b>	<b>221</b>	<b>122</b>	<b>132</b>	<b>240</b>	<b>242</b>	<b>162</b>	<b>139</b>	<b>250</b>	<b>241</b>	<b>273</b>	<b>388</b>	
<b>有利子負債（リース債務を含む）</b>	<b>970</b>	<b>978</b>	<b>969</b>	<b>1,061</b>	<b>1,077</b>	<b>947</b>	<b>898</b>	<b>977</b>	<b>960</b>	<b>964</b>		
<b>自己資本比率（％）</b>	<b>40.4</b>	<b>40.2</b>	<b>41.3</b>	<b>41.9</b>	<b>43.0</b>	<b>44.4</b>	<b>46.0</b>	<b>44.3</b>	<b>46.9</b>	<b>47.3</b>		
<b>営業利益率（％）</b>	<b>3.8</b>	<b>3.6</b>	<b>3.8</b>	<b>3.1</b>	<b>3.3</b>	<b>4.0</b>	<b>5.4</b>	<b>5.3</b>	<b>5.1</b>	<b>5.3</b>	<b>5.3</b>	
<b>ROE（自己資本利益率）（％）</b>	<b>3.4</b>	<b>6.8</b>	<b>8.2</b>	<b>6.9</b>	<b>6.8</b>	<b>9.1</b>	<b>12.1</b>	<b>11.9</b>	<b>11.7</b>	<b>10.9</b>	<b>10%以上</b>	
<b>1株当たり純利益（EPS）</b>	<b>13.08</b>	<b>26.35</b>	<b>33.40</b>	<b>31.12</b>	<b>33.29</b>	<b>94.30</b>	<b>135.11</b>	<b>142.23</b>	<b>149.65</b>	<b>147.16</b>	<b>150.12</b>	
<b>1株当たり配当金（DPS）</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>32</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	
<b>期末日現在株価（円）</b>	<b>355</b>	<b>388</b>	<b>561</b>	<b>436</b>	<b>674</b>	<b>916</b>	<b>2,754</b>	<b>2,940</b>	<b>2,728</b>	<b>3,055</b>		

※当初中計数値

注：①設備投資等には無形固定資産を含む

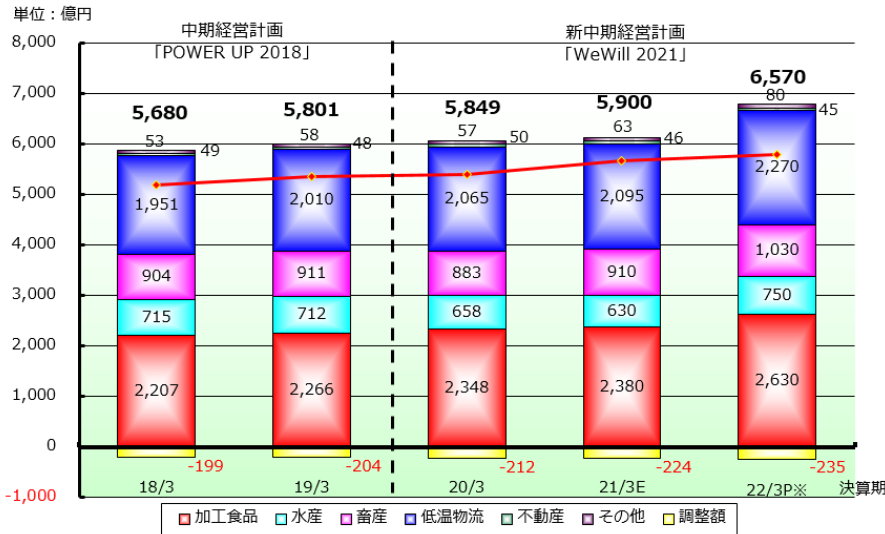
②13/3より、加工食品の売上高は、売上計上基準の変更（従来、販売費で計上していたものの一部を売上高から控除）による影響を反映

③16/3以前は、株式併合前の数値

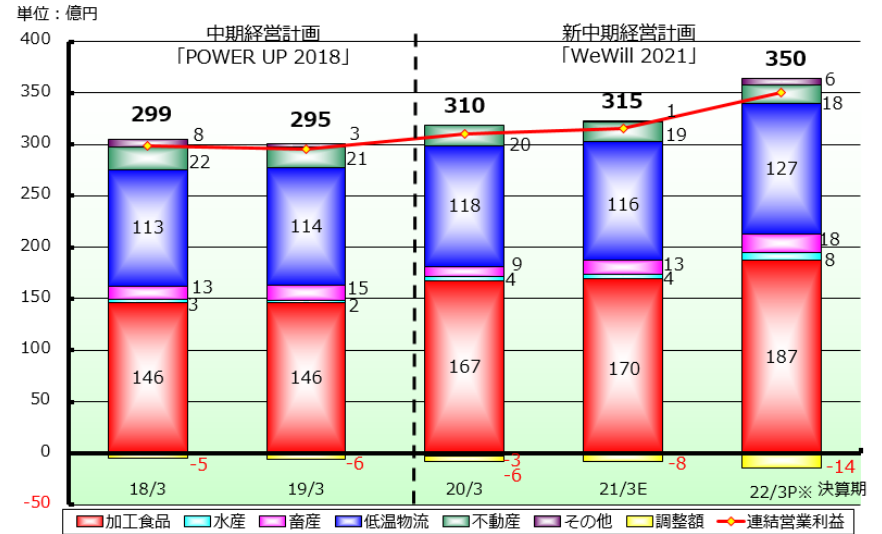
④「22/3P」は、2019年5月14日に公表した中計の数値から変更していない

※「22/3P」は、2019年5月14日に公表した中計の数値

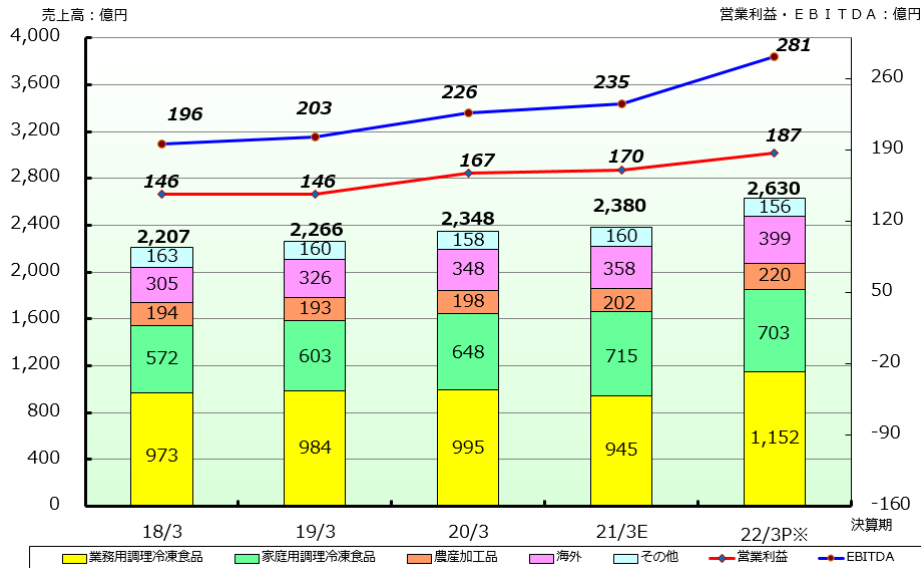
### セグメント別売上高の推移



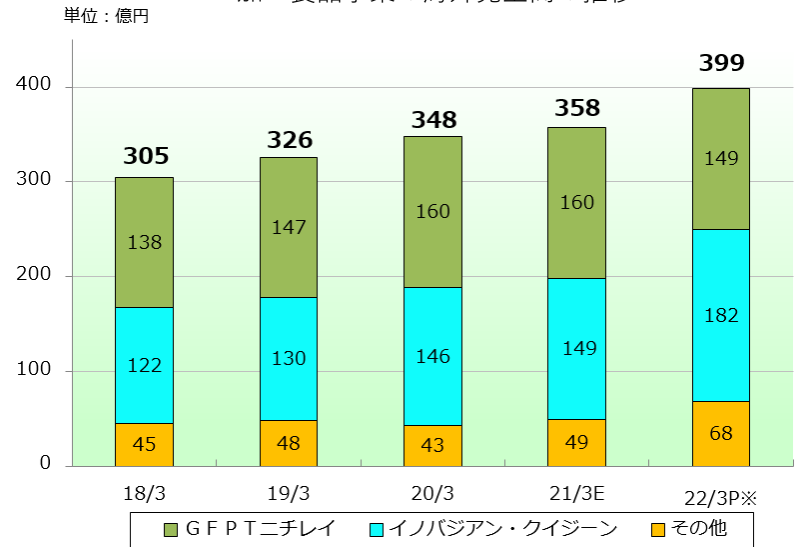
### セグメント別営業利益の推移



### 加工食品事業の売上高・営業利益・EBITDA推移



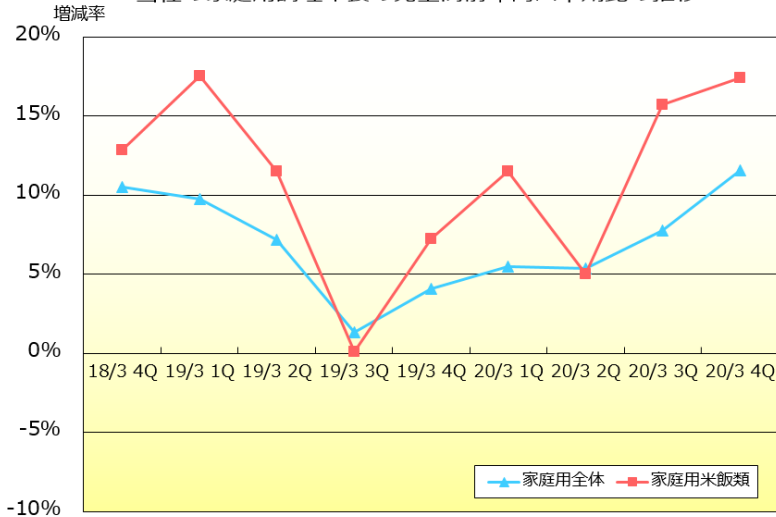
### 加工食品事業の海外売上高の推移



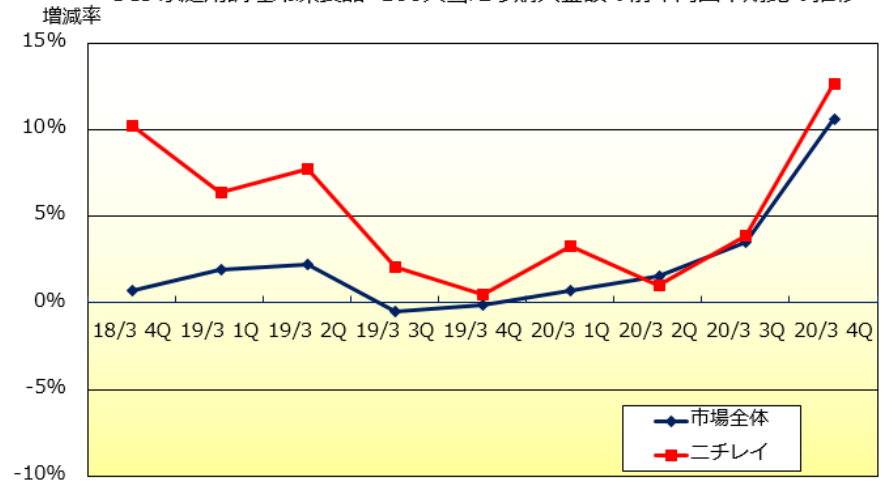
注：GFPTニチレイの売上高は欧州向けとタイ国内・アジア向けの合計

※「22/3P」は、2019年5月14日に公表した中計の数値

当社の家庭用調理冷蔵の売上高前年同四半期比の推移

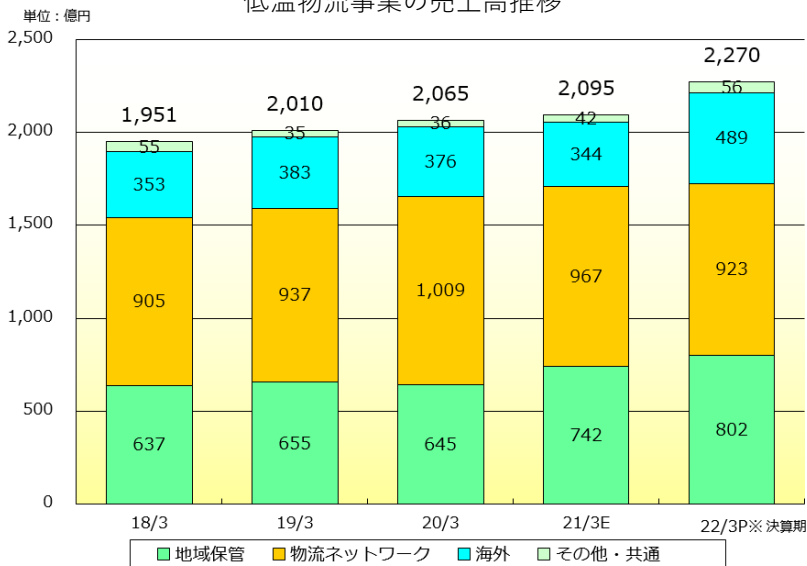


SCI 家庭用調理冷凍食品 100人当たり購入金額の前年同四半期比の推移

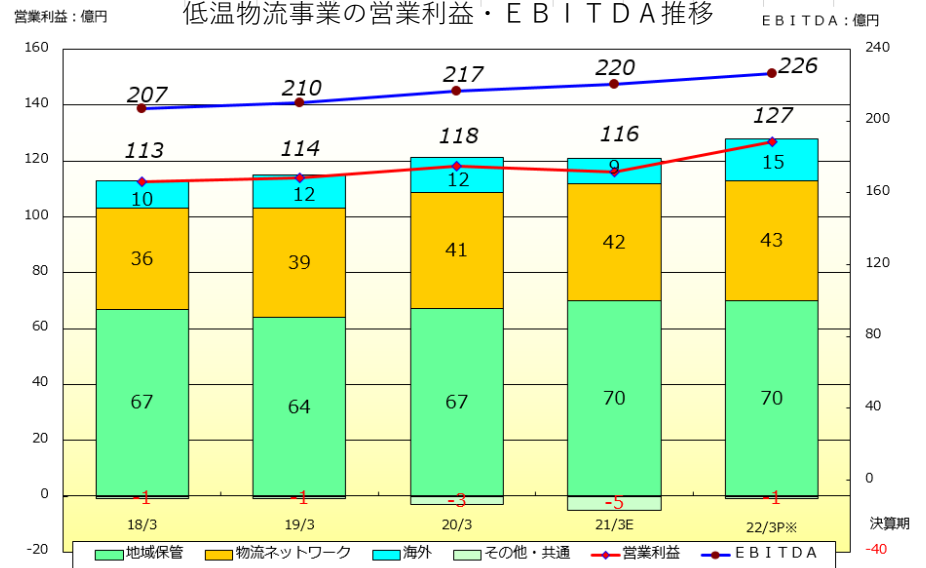


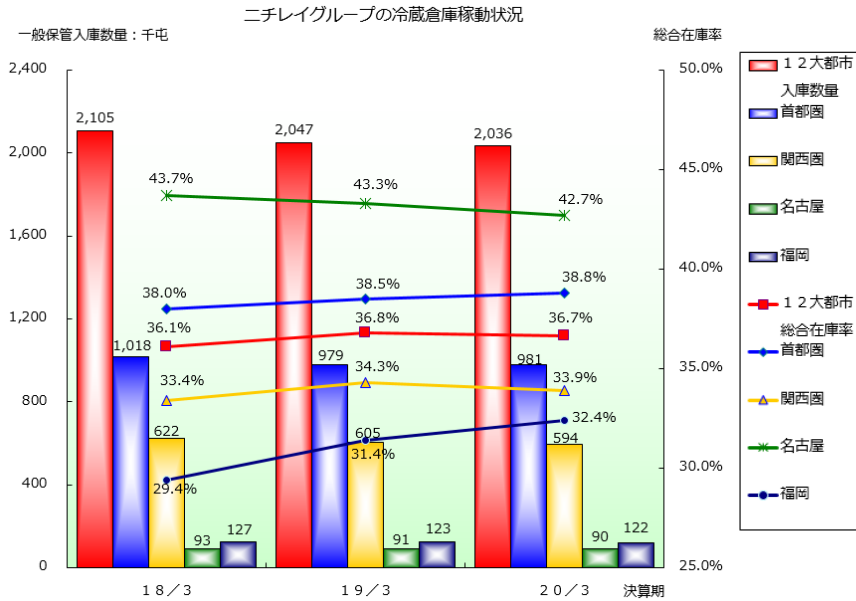
出典：インテージSCI（冷凍調理 100人当たり購入金額の前年同四半期比。購入ルート=生協店舗を含む）

低温物流事業の売上高推移



低温物流事業の営業利益・EBITDA推移





注：在庫率は冷蔵庫内の全スペースにおいて貨物が占める割合を指す。  
スペースには通路や作業空間などの荷物が置けない空間が通常半分程度含まれる

## 【国内】

### 冷蔵倉庫業界収容容積国内シェア上位5社

(日本冷蔵倉庫協会資料を当社で加工)

(2019年4月現在)

順位	社名・グループ名	能力 万ト	18/4比 能力増減	能力 シェア	主たる営業地域
1	ニチレイグループ	149	-2	10%	全国
2	横浜冷凍株式会社	88	3	6%	全国
3	マルハグループ	66	0	4%	全国
4	東洋水産グループ	54	5	4%	全国
5	C & F ロジホールディングス	50	2	3%	全国

注：日本冷蔵倉庫協会に加盟していない非会員のデータも含めて作成

## 【海外】

### 冷蔵倉庫業界設備能力世界シェア上位10社

(世界冷蔵倉庫協会資料を当社で加工)

(2020年4月現在)

順位	社名・グループ名	能力 万ト	主たる事業展開国
1	Lineage Logistics	1,704	米国など
2	Americold Logistics	1,312	米国など
3	United States Cold Storage	421	米国など
4	AGRO Merchants Group, LLC	310	米国など
5	NewCold Advanced Cold Logistics	220	オランダなど
6	Nichirei Logistics Group, Inc.	216	日本など
7	Kloosterboer	194	オランダなど
8	VersaCold Logistics Services	139	カナダ
9	Interstate Warehousing, Inc.	131	米国
10	Frialsa Frigorificos	120	メキシコ

出典：I A R W (世界冷蔵倉庫協会) “Global Top 25 List”

## 当資料取扱い上のご注意

当資料に記されたニチレイの現在の計画・見通し・戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであります。将来の業績に関する見通しは、将来の営業活動や業績に関する説明における「確信」、「期待」、「計画」、「戦略」、「見込み」、「予測」、「予想」その他これらの類義語を用いたものに限定されるものではありません。これらの情報は、現在において入手可能な情報から得られたニチレイの経営者の判断に基づいております。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これらの業績見通しとは大きく異なる結果となる場合があります。このため、これらの業績見通しのみ全面的に依拠して投資判断されることは、お控えいただくようお願いいたします。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常にニチレイが将来の見通しを見直すとは限りません。実際の業績に影響を与え得るリスクや不確実な要素には、以下のようなものが含まれます：

- ①ニチレイグループの事業活動を取り巻く経済情勢および業界環境
- ②米ドル・ユーロを中心とした為替レートの変動
- ③商品開発から原料調達、生産、販売まで一貫した品質保証体制確立の実現性
- ④新商品・新サービス開発の実現性
- ⑤成長戦略とローコスト構造の実現性
- ⑥ニチレイグループと他社とのアライアンス効果の実現性
- ⑦偶発事象の結果

など

ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。また、リスクや不確実な要素には、将来の出来事から発生する重要かつ予測不可能な影響も含まれます。当資料は、あくまでニチレイをより深く理解していただくためのものであり、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。