

個人投資家様向け説明会で寄せられた主な質問への回答

Q1： インドで牛を原料にゼラチンを製造しているということですが、宗教上の制限はないのでしょうか？

A1： ヒンドゥー教において、牛（特に乳牛）は神聖な動物として尊重されています。乳牛は生命の源として神聖視されています。一方で、水牛は家畜として農作業などに使役され、食用にもなります。

また、インドは牛の飼育頭数において世界第2位（1位ブラジル、3位米国）であり、畜産業はインド経済において重要な役割を果たしています。

当社はこうした畜産業から排出される牛骨などを原料として調達し、インドでゼラチン製造を行っております。

Q2： 為替変動の影響について教えてください。

A2： 当社は海外売上比率が50%を超えており、円安の場合は海外での売上が円換算で増加するため、売上高に関しては有利に働きます。

しかし、営業利益段階では、現在の利益構成において円安はマイナス要因となります。これは、当社の国内事業が、ゼラチンの主原料である牛骨をはじめ主要な原材料を輸入しているからです。

現状では、円安の場合、ドルに対して1円の円安につき営業利益が年間1,200万円程度減少する試算となっております。逆に今後の為替市場において、円安から円高への移行が進めば利益の増加に寄与する可能性があります。

Q3： インドのバムニプロテインズ Ltd.の操業停止が続いていますが、再開見込みについて教えてください。操業停止により業績に大きな影響は出ないのでしょうか？

A3： 同社はゼラチンなどの最終製品ではなく、ゼラチンの原料となる牛オセインの製造を行っている会社で、現地の公害管理局の指示により、2024年3月中旬から操業を一時停止しております。連結業績への影響については2025年3月期の業績予想に織り込み済みです。

現在、現地の公害管理局の定める排水規制への対応をできる限り速やかに完了させるべく取り組んでいますが、再開時期については現時点で見通しが立っていない状況です。

なお、同社で生産する牛オセインはインドの別拠点での代替生産によりグループ内に問題なく供給できており、インドを核とする成長戦略には影響ありません。

また、同社の固定資産についても2024年3月期中に減損処理をしており、会計上の資産はゼロとなっているため、これ以上大きな損失は発生しない見込みです。

Q4： 2030年に売上500億円、営業利益率10%という目標を掲げていますが、今後はどのような人材を採用したいかお聞かせください。

A4： 現在の従業員構成は、国内が約300名、海外が約600名です。アジア市場での売上拡大を目指す上では語学力、またインドでの生産能力を拡大させていくことを考えれば、技術力も兼ね備えた人材が求められます。

当社としても、若いうちに海外経験を積むことは重要だと考えており、海外でのキャリアアップ支援や、国内の職場も含むジョブローテーションを積極的に実施し、従業員のキャリア形成をサポートすることで、優秀な人材の確保と組織の活性化を図っていきたいと考えています。

Q5： スーパーでは御社のゼラチンを見かけませんが、なぜでしょうか。スーパーやコンビニエンスストアでの販売は検討されていないのでしょうか。

A5： 当社はBtoB事業を主体としており、製菓会社様や食品加工会社様など、大量にゼラチンを必要とするお客様向けに製品を供給させていただいております。店頭で見かけられるゼラチン製品の原料を当社が提供しているので、当社の社名を目にする機会が少ない状況となっています。なお、一般消費者のお客様向けに、インターネット通販や一部の専門店などを通じて、製品をご提供しておりますので、ぜひ当社の通販サイト「新田ゼラチンダイレクト」(<https://www.nitta-gelatin.jp/>)等をご覧ください。

Q6： 中期経営計画や2030年までの長期ビジョンにおいて、利益の伸びに比べて売上高の伸びが弱いように見えますが、なぜでしょうか。

A6： 現在、当社はグループ全体でほぼフル生産の状態、売上高を伸ばすためには生産能力の拡大が必要となります。現在、インドでゼラチンやコラーゲンペプチドの生産拡張を進めていますが、さらなる生産能力の拡大には、実現までに時間がかかるという側面もございます。しかしながら、企業価値向上には、売上高の伸びも重要であると認識しており、今後の課題として取り組んでまいりたいと思います。

Q7： 株主優待の内容について、どのような製品か教えてもらえないでしょうか。

A7： 今回の優待品に予定している「コラゲネイド」は、日常の様々なシーンでコラーゲンペプチドを手軽に摂取できる商品です。コラーゲンペプチドは、美容効果だけでなく、骨、血管、皮膚など全身の健康維持に役立つ多機能な素材です。日本では美容イメージが先行していますが、海外ではタンパク質補給や関節ケアなど、幅広い目的で利用されています。栄養食品は流行に左右されやすい傾向がありますが、コラーゲンは安定して市場を拡大しており、株主の皆様にもその価値をご実感いただきたいと考えております。

この度、株主の皆様にご覧いただきありがとうございます。このたびは、株主優待の内容を変更いたしました。当社の「コラゲネイド」は、コーヒーやお味噌汁、お料理などに入れても、味や風味を変えないのが特徴です。ぜひ、毎日の健康維持にお役立てください。

Q8： 株主向けの工場見学会を開催していただきたいです。

A8： 貴重なご意見ありがとうございます。検討させていただきます。

Q9： 成長戦略について、国内シェアが既に高い状況で、更なる成長は可能でしょうか。また、インドが成長ドライバーとのことですが、今後は海外の市場を開拓していくのでしょうか？

A9： 国内グミ市場は、大人向けグミや機能性グミといった新たなニーズを開拓することで、まだまだ成長の余地がありますし、グミメーカー様の中には海外への事業展開を検討されているところもあります。当社がゼラチンを安定供給することで、国内あるいは海外に向けたグミ市場のさらなる拡大に貢献するとともに、当社にとってもビジネスチャンスが広がると考えています。

海外展開については、インド市場での成長を加速させるとともに、アジア市場全体での事業拡大を目指します。アジア市場では、これまでのコラーゲンペプチドに加え、ベトナムなどの拠点を活用し、食品素材やゼラチンなど、幅広い製品群で市場を開拓していく方針です。

以上