

2019年7月30日開催
2020年3月期第1四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 ポテトチップスの価格改定後、店頭での価格は上がっているのか。販売数量の状況はどう見ているか。

堅あげポテトチップスは5月下旬から、ポテトチップスうすしお等の定番品は6月初旬から価格改定を実施し、店頭における価格は比較的早い時期に上がっている。その影響を受けて、価格改定対象商品の6月(単月)の販売数量は計画対比20%弱程度落ちたが、価格改定していない商品のプラスもあり、Q1としては当初想定していた範囲と見ている。6月下旬以降、価格改定対象商品に関しては、需要喚起のための増量を実施している。消費税増税を控え、今後の状況は引き続き注視する必要があるが、価格改定対象商品は、通期では計画どおり前期比約5%の数量減を見込んでいる。

Q2 Q1では原材料費が計画比でプラスに寄与したが、通期で21億円悪化する計画に変更はないか。

包材費は計画通り悪化しているが、主にフルグラの主原料、フルーツ等の価格が計画ほど悪化せず、原材料費全体では計画対比2.2億円のプラスとなった。ただし、フルグラ原材料は前期の価格上昇前の在庫影響による改善も含まれているため、今後もこれが続くとは見ておらず、Q2以降原材料費は悪化する見込み。

Q3 原材料費以外の要素において計画比で上振れたものはあるか。

営業利益は計画比で8億のプラスのうち、7億は国内事業での上振れ。原材料費以外では生産性向上等による国内事業の原価改善の寄与が大きい。前年同期にポテトチップスの増量キャンペーンの影響でスナック全体の稼働のバランスが崩れたことによる原価悪化があったが、今期は計画以上に改善した。

Q4 海外事業の営業利益は計画比で1億円のプラスだったが、北米の売上不振による計画割れに対してカバーした地域があるのか。

北米の営業利益は計画比1億円のマイナスに対して、インドネシアの営業利益はプラスとなった。インドネシアでは、前期まで競合対策として増量キャンペーンを行っていたが、今期は大幅に抑制され、原価率が計画以上の改善となった。

Q5 北米の売上について、商品別の状況と売上減少の背景を教えてください。

北米売上高の前年同期比5億円減少のうち、大半は豆系スナック「Harvest Snaps」によるもの。Costcoでのオーガニック豆を使用した「Harvest Snaps」は既存の「Harvest Snaps」と同様の動きで、売上は伸びなかった。ポテト系スナックの「Whole Cuts」は売上が減少し、前期に発売した「Popper Duos」も採用が進まず苦戦している。一方、エスニック売場でのスナックなどの売上は拡大した。

Q6 北米の売上回復の施策と見通しは？

大手顧客では今後プロモーションが計画されており、売上回復を目指したい。また、新商品として豆系クルトン「Salad Toppers」を発売予定であり、すでに複数の大手顧客で採用が決定している。しかしながら、全体として北米は厳しい状況であり、Q1の遅れをすべてカバーするのは難しい可能性がある。

Q7 北米の一部顧客において「Harvest Snaps」が野菜売り場からスナック棚に移る可能性があるとのことだったが、売上減少にはその影響があるのか？

野菜売り場での販売は継続しており、現状ではその影響は出ていない。

Q8 中華圏の状況はどうだったのか。

中華圏は、売上は計画比で若干未達だったものの、営業利益はほぼ計画どおりで推移している。

Q9 中華圏のフルグラは、Eコマースが伸びているが、一般Eコマースが牽引しているのか？

越境Eコマースより遅れて前期 Q1 から開始した一般Eコマースにおいては、前期 Q2からの京都工場の稼働開始以降販売が伸長し、前年同期を大きく上回った。

Q10 シリアル国内売上は通期4%増収の計画に対し、Q1の進捗が遅れているが挽回策は？

新商品は好調だったものの、「フルグラ」既存品の売れ行きが振るわなかった。今後、マーケティングを強化し、さらなる新商品の投入を行う。また、配荷店舗の拡大に注力するとともに、店頭での回転率の改善を目指す。

Q11 通期の連結営業利益は前期比でほぼ横ばいの計画に対して、Q1は計画比で上振れたが、Q2以降は減益が続く見通しなのか？

Q2以降減益が続くとは見ていない。Q1の営業利益は、計画比8億円上振れたが、うち4億円は一時的なものであり、今後の北米事業や国内の価格改定の影響が不透明なため、通期計画は変更していない。

以上