

2020年2月5日開催  
2020年3月期第3四半期決算説明会での主な質疑応答

**Q1 国内の零食価格改定影響について、上期まではコスト上昇分を価格改定と価格改定対象外商品の売上増で相殺して利益はフラットだったが、第3四半期(3ヶ月)では4億円のプラスになっている。その背景を教えてください。**

第3四半期(3ヶ月)において前年同期比の原材料コストの上昇幅が、上期よりも抑えられたことによるもの。中でも包材費については、上期で4億円の上昇だったところ、第3四半期(3ヶ月)では1億円の上昇となっている。ただし、コストの上昇幅については当初想定どおりで推移している。

**Q2 価格改定対象外商品が好調なのはなぜか。食品業界における零食菓子の立ち位置も含め、動向を知りたい。**

価格改定対象商品は第3四半期累計の販売数量ベースで前期比5%減と、ほぼ想定どおりとなっている。第2四半期には増量施策によって需要を下支えしたが、第3四半期(3ヶ月)においては、増量施策を行わなかったため、第2四半期に比べ数量が落ちていることから、零食菓子の価格センシティブティは高く、値上げが完全に受け入れられている状況ではないと思われる。この反動が価格改定対象外商品の好調さにつながっていると見ている。

**Q3 価格改定対象商品の売上の回復は、当初想定していたよりも遅いのか。**

販売数量の減少幅は大きく想定から外れてはいないが、第3四半期(3ヶ月)における回復のスピードは若干遅く、当初想定の下限で推移した。

**Q4 今回の価格改定の状況から、次の価格改定の実施には慎重な見方をしているということか。**

その通りだ。

**Q5 第4四半期に国内の商品の広告宣伝を積極的に行うということだが、当初から計画されていたのか。**

広告宣伝費は当初から準備はしていたが、下期から来期にかけて新商品を投入していくタイミングで、投資することを決めた。主に新商品の認知のための初期投資として必要と考えている。

**Q6 新商品は国内の成長ドライバーになるとみているのか。**

成長のドライバーとして期待している。国内事業は足元堅調であるが、来期の売上成長には新商品の投入が不可欠だ。ただし、新商品は既存品と比べると利益率が落ちるとと思われるため、大きな増益とはならないと見ている。

**Q7 来期の国内の利益成長のドライバーは何か。**

国内の増益には、原価と販管費をどこまで改善できるかが鍵になる。原材料、物流費は外的要因による変動リスクはあるものの、来期は今期ほど悪化しないと見ている。

**Q8 北米の売上下方修正の要因と来期以降の業績の見通しについて教えてください。**

北米既存事業の売上は上期で底打ちしたかに見えたが、二番手の大手顧客の落ち込みが想定以上に激しく、下方修正した。現在の稼働率は3割を切っている状況であり、一定程度の稼働率が維持できないと黒字化は難しい。

来期以降は、既存事業の売上を2年前のレベルに戻すことを目指したい。ここ1年はメインストリームである零食棚に新商品を投入してきたが、競争環境が厳しく、ヒット商品につながっていない。それに加えて、従来の野菜売り場の販売が落ちている状況である。まずは野菜売り場に注力し、Harvest Snapsブランドでの新商品の投入を行い、売上を回復させたいと考えている。中長期的に零食棚で挑戦していく方針に変わりはなく、Warnock 社とのコラボレーション商品で挑戦していきたい。

**Q9 Warnock 社買収一時費用とのれん償却費用を除くと、北米既存事業は赤字なのか？**

北米の営業損益△4 億円のうち、買収一時費用が 1.6 億円、のれん償却費用が 0.7 億円。現状の稼働状況では、既存事業は赤字となっている。

**Q10 Harvest Snaps の野菜売り場での売上回復のため、マーケティング費用はかけていく考えはあるのか？ また、これまで固定費の削減に取り組んでいたが、今後さらなるコスト削減はあるのか。**

生産面でのコスト削減については継続的に検討していくが、今後の成長にはコスト改善だけでなく売上拡大も重視している。“Better For You”カテゴリーとして健康訴求商品のラインアップを拡充していくことが、最も重要だと考えている。既存事業では豆系スナックしか製造できなかったが、Warnock 社の活用によって豆系スナック以外の商品ラインアップの拡充を行っていきたい。

**Q11 今後、海外の業績リスクを国内の自助努力の増益でカバーできるのか。北米は足元でリスクが高いと思われるが、北米の利益シナリオをどう考えているか。**

海外は足元では増益基調であり、北米についても赤字が拡大するとは見ていない。大きく黒字化できる状態ではないが、ブレイクイーブンまでは狙えると考えている。

**Q12 中国の E コマースについては、市場環境にどのような変化が出ているのか。**

中国 E コマースでの競争激化は、主に地場の新興企業の参入によるものである。新興企業は、積極的にマーケティング投資を行うことで、急速にシェアを上げてきている。来期はこの競争環境の中でどのような対抗策を取るかが、海外シリアル成長の鍵である。スナック商品も展開していく必要があると考えている。

**Q13 第4四半期が減益となる計画の前提について聞きたい。第3四半期は、上期に比べ原価等の改善幅が減少しているが、この傾向が続くのか。人件費は減益要因になるか。**

上期には前年上期に実施したポテトチップス増量がなかったことによる原価改善があったが、第3四半期(3ヶ月)以降はその要因がなく、原価の改善幅が減少している。第4四半期の原価は前年同期比約 3.5 億円プラスを見込んでいる。また、原材料費は第4四半期で前年同期比約 2.5 億円マイナス、人件費についても前年同期には賞与取崩し等があったが、今期は計画達成を前提に引当計上しているため、減益要因となっている。

以上