

2021年8月5日開催 2022年3月期第1四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 中華圏が減収減益となった背景と2Q以降の見通し、対策を教えてください。

中華圏でシリアルが減収となった背景は2点。1点目は、市場全体で昨年の巣ごもり需要の反動減が大きかったこと。他社が価格攻勢をかけてくる中で、当社は、今年からリアルでの販売を強化するため、価格を維持する戦略をとった。この戦略がシュリンクしたマーケットにおいては奏功しなかった。2点目は、4月に行った商流変更による影響。流通在庫が残っており切替えに時間を要した。6月以降は正常化している。スナックについては計画通り。ECは計画上振れ。リアルはシリアルの切替え遅れに影響され、新規開拓が進まず下振れた。2Q以降は、リアル店舗強化と価格維持という戦略は変えず、品質の高さを軸にプロモーション展開し、販売拡大を図る。

営業利益は前年のハードルが高く2億円の減益となったが、対計画では1億円の未達。リアル店舗での販売が伸びてくれば十分キャッチアップできる見通し。前年の営業利益は通期で6億円だったが、そのうち5億円は1Qに計上した。前年1Qは、巣ごもり需要によるシリアル増収効果影響が大きかった。今年には前年巣ごもり需要の反動減に加えて、プロモーション費用の投下により減益となった。1Qの前年差だけを見て、2Q以降を予想するのは今期に限っては違うと考える。

Q2 中華圏を除くと海外事業は好調だったように見える。2Q以降も持続できるのか。

欧米での販売は堅調だが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、低価格商品の需要が高く、当社が売りたいハイエンドな商品とは異なる供給をしている。当社としては感染症拡大が収束し、経済が通常に戻った上で、中期経営計画で掲げる『高品質の商品を海外で売上拡大させる』ことを実現したいと考えている。

Q3 国内事業が好調で利益上振れ。計画上振れ分は通期に持ち越してできるか。

1Qの利益上振れは4、5月のポテトチップスの販促抑制による貢献が大きい。2Q以降は販促費を計画通り使う。2Q以降、計画通り販売できれば、1Qの貯金は残ると考えている。販促抑制によりシェアが落ち、稼働が上がらない状態から、今は稼働・シェア共に回復し、稼働を上げて利益を出すという目指すべきオペレーションとなっている。2Q以降もしっかりと計画を達成していく。

Q4 原材料価格、特にパーム油の価格高騰の業績インパクトとそれに対する打ち手を教えてください。

パーム油値上がりの1Qでのインパクトは対前年同期1.5億円の悪化で計画通り。ただし、これは半年前に買い付けたものであり、足元では、計画に織り込んだ価格上昇を大きく超えて推移している。今の状況が続けば追加で10億円を超える利益悪化リスクが想定される。パーム油だけではなく、その他食油・包材などの原材料価格も上昇基調のため、スペック変更だけでなく、規格変更の検討はすべきと考えている。

Q5 北海道産の馬鈴薯の収穫について見通しを教えてください。

収穫が始まっていないため、収量、品質について現時点ではコメントできない。北海道では、高温や降水量が少ない状況が続いており、畑作全体に影響がでる可能性があるのは報道の通り。今後の天候、状況を注視していく。当社は2010年の天候不順、2016年の台風災害と過去に大きく収穫量を落とした経験があるが、その時の教訓を生かす。産地や契約農家、輸入枠を拡大するなどバックアッププランの準備を進める。

以上