

2022年2月1日開催  
2022年3月期第3四半期決算説明会での主な質疑応答

**【コストアップへの対応について】**

**Q1 想定以上のコストアップが起きているが、今年1月の価格・規格改定で、来期以降のコストアップをカバーできるのか。**

コストアップのペースが急速に上がっているため、来期も今期に比べ原材料価格は上がっていくだろうという見通しを持っている。1月実施の価格・規格改定については、今年度の値上がり分は販売数量が戻ればカバーできるレベルだが、来期の上昇に対してはアクションが必要。さらなる値上げを含め、とるべきアクションについて検討を始めている。

**Q2 今期のコストアップ影響額を教えてください。**

国内(食油 20 億円、輸入ばれいしょ 7 億円、動力費 6 億円)は 35 億円、海外は 15 億円。  
輸入ばれいしょは、円安に加え輸送費が上昇。

**【今期業績見通しについて】**

**Q3 3Q の販促費の削減が物足りないと感じる。来期以降の見方を教えてください。**

前期は巣ごもり需要で販促しなくても売れたが、今期は販促しないとモメンタムをキープできないマーケット環境である。来期は、原材料高をカバーするために削減を進めなければならないが、削減余地は少なく、マーケット環境をみながら、臨機応変にコントロールする方針。

**Q4 4Q 国内事業が減益になる要因は？**

原材料価格高騰影響が 16 億円、加えてばれいしょ不足により売上が減速するとみている。

**【海外事業について】**

**Q5 海外の価格改定状況について教えてください。**

欧米は価格改定が受け入れられやすいマーケットなので、2022年1月より実施している。アジアは日本同様価格感応度が高いので、欧米より慎重に進めており、交渉をスタートしている。どの国も、原材料価格が上がった分は価格・規格改定でカバーするスタンスである。

**Q6 海外事業の売上が好調だが、持続性はあるか。**

インドネシアにおいては競合撤退、英国での競合トラブルなどラッキーな外部要因や円安効果もあっての好調なので、今の成長率を維持できるとはみていないが、引き続き強い需要はあるとみている。

**Q7 インドネシアの好調は競合の撤退によるものか。**

競合との価格競争はだいぶ緩和され、環境はよくなっている。また、これまでは、市場シェアをとるために原価率が高くても売れる商品で展開してきたが、いまは、利益を意識し、収益性の高い商品構成になっている。稼働率が上がり、原価低減活動も効果が出てきており、少しずつではあるが、改善の道筋はついてきたと思っている。

**【来期以降の業績見通しについて】**

**Q8 来期、あるいは2-3年後の利益の目線、見通しについて教えてください。**

今起きている原材料高騰が、新型コロナウイルス感染拡大に伴うものなのか、構造的な需給環境の変化に伴うものなのか、見極める必要がある。感染拡大が収束に向かったとき、どう原材料価格が変化するか、現時点で見通すことはできない。足元の原材料価格水準を前提に計画を立てなければならないだろう。

原材料価格が上がった分を価格に転嫁するだけではなく、高付加価値商品の販売拡大やコストリダクション(生産現場における省人化、自動化等)で利益を最大化することを考える。来期の最大の収益ドライバーは増収。

以上