

2023年8月3日開催
2024年3月期第1四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 2023年6月の国内スナックの価格改定後の販売動向とその背景について教えてください。

スナック全体としては想定内で来ている。ポテトチップスの定番品については、3回目の値上げにより店頭価格が3桁を超えてきており、競合他社価格との相対感からボリュームが一時的に減少した。しかし、スナックの堅調な需要を補足し、1Q全体では計画以上に数量を増加させた。7月後半からはポテトチップスの売上も回復。

Q2 営業利益が対計画で7億円上振れた内訳を教えてください。

国内事業はコスト高騰で4億円悪化したが、価格改定効果で8億円の上振れや売上数量伸長効果があったことから、7億円の計画超え。海外事業は、北米の計画割れを英国・中華圏・インドネシアで補い、計画より微増。

Q3 国内の価格・規格改定効果とコスト高騰が想定以上に出た要因は何か。2Q以降の見通しは対計画でどうか。

価格・規格改定効果は販売数量伸長と構成比影響および対象アイテムの増加により上振れ、コスト高騰は主に円安進行によるもの。2Qはコスト高騰影響を改定効果で吸収する見通し。

Q4 北米、中華圏は1Q減収となっているが、海外事業の今後の見通しはどうか。

北米はPB・OEMの減収トレンドが続く見込むだが、固定費削減等のアクションをとっており通期営業利益は計画通り。中華圏は、Eコマース・小売店舗向けともに厳しい状況。食品市場全体は微減で、前年のロックダウンの反動でシリアル市場も減収となっている。供給リスクに対しては、中国国内での製造や、タイ・韓国からの輸入を検討している。

Q5 投資の進捗および今後見通しについて教えてください。

国内は販促費は計画より下振れているが、人財投資や新規投資は計画通り進んでいる。今後追加的なマーケティング投資を行っていく。海外は成長領域であり計画通り積極投資はしていく。中華圏については市場動向・環境を注視し、慎重に議論をしている。

Q6 SKU削減の進捗を教えてください。

2025年までの300SKU削減に向けて、計画通り取り組んでいる。

以上